



САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Брагина Алена Анатольевна

Выпускная квалификационная работа

***Корпоративная социальная ответственность в управлении
нефтегазовым бизнесом***

Уровень образования:

Направление **39.04.01 «Социология»**

Основная образовательная программа магистратуры

ВМ.5589.2018 «Социология»

Профиль: «Социология организаций и управления персоналом»

Научный руководитель:

профессор кафедры
социального управления и планирования
Денисова Ю.В.

Рецензент:

Кандидат социологических наук, доцент,
РГПУ им. А.И. Герцена
Цыплакова О.Г.

Санкт-Петербург

2020

Оглавление

ВВЕДЕНИЕ	3
Глава 1. Теоретические аспекты корпоративной социальной ответственности бизнеса	7
1.1. Основные понятия, история развития и эволюция концепции корпоративной социальной ответственности.....	7
1.2. КСО: модели и виды	16
1.3. Принципы формирования КСО.....	23
1.4. Роль корпоративной социальной ответственности и ее преимущества в ведении бизнеса	27
Глава 2. Анализ опыта зарубежных и российских нефтяных компаний в управлении корпоративной социальной ответственностью	30
2.1. Анализ КСО крупных зарубежных компании нефтегазовой отрасли ..	30
2.2. Анализ КСО крупных российских компании нефтегазовой отрасли ...	40
Глава 3. Исследование корпоративной социальной ответственности на примере ООО «Газпром Экспорт»	71
3.1. Общая характеристика компании	71
3.2. Исследование: «Анализ процесса организации стажировок для молодых специалистов в компании ООО «Газпром Экспорт», в качестве инструмента реализации КСО».....	78
3.3. Анализ результатов исследования	82
3.4. Предложения по совершенствованию процесса стажировок с целью повышения качества социальной ответственности компании ООО «Газпром Экспорт»	91
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	101
Список литературы	105
ПРИЛОЖЕНИЕ 1. Гайд интервью	111
ПРИЛОЖЕНИЕ 2. Таблица респондентов, участвующих в исследовании: «Оценка стажировок для молодых специалистов в «Газпром Экспорт».....	112
ПРИЛОЖЕНИЕ 3. Пример интервью	114

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы. В современной России, в условиях глобализации, роль крупных компаний, государства и общества в целом, подвергаются серьезным изменениям. На первый план выходит лидирующая роль бизнеса, в частности, там, где государство в одиночку не в состоянии справиться с разрешением масштабных проблем. Бизнес не может и не должен подменять собой государство в регулировании общественных отношений, однако органам власти следует подробно изучать и использовать прогрессивный и новаторский опыт бизнеса в решении многих вопросов, связанных с управлением различными сферами деятельности. Во многих странах мира отчетливо проявляется тенденция к усилению сотрудничества государства и бизнеса в решении социально-экономических проблем общества. Всего несколько лет назад в российском бизнес-сообществе по вопросу о корпоративной социальной ответственности преобладала такая точка зрения, что быть социально ответственным – значит, платить налоги и исполнять законы. Сегодня можно уже констатировать, что взгляды поменялись, практически все крупные предприниматели сходятся во мнении, что важным является также позиция компании в отношении своих работников и то, какое влияние их бизнес оказывает на общество.

С одной стороны, есть государство и общество, заинтересованные в росте социальной и экономической стабильности всей страны и в увеличении средств и эффективности политики социальных программ. С другой стороны – бизнес, который заинтересован в росте доходов и покупательской способности населения, стабильности государственной политики в отношении коммерческих структур, общественном признании и позиционировании компаний, придерживающихся стандартов корпоративной социальной ответственности и осуществляющих социальные инвестиции. В современных условиях все большее количество российских корпораций представляет свою продукцию на западный рынок и, в связи с этим, компаниям необходимо

соответствовать международным требованиям и стандартам, в том числе и в области КСО, а также многие бизнесмены понимают, что социальная ответственность не является чистой благотворительностью или PR – кампанией, а служит системой управления рисками, направленной на долгосрочное развитие корпораций и рост их стоимости на мировых рынках.

Степень разработанности темы. Зарождение современной концепции социальной ответственности бизнеса, связывают с выходом в печать работы Р. В. Джонсона «Испытай реальность», которая вышла в печать в 1935 г в США. Таким образом, возникновение концепции социальной ответственности на западе относят к началу прошлого века, при этом сам термин КСО появился на свет лишь в 1953 году, благодаря монографии профессора Иллинойского университета, экономиста Г. Боуэна «Social Responsibilities of the Businessman» («Социальная ответственность бизнесмена»).

Подходы к развитию корпоративной социальной ответственности были изложены следующими зарубежными авторами: R.W. Ackerman, H. R. Bowen, A.B. Carroll, K. Davis, J.M. Friedman, E. Freeman, D. Grayson, R. Griffin, M. Marrewijk, A. Hodges, H. Johnson, M. Kramer, M. Porter, R. E. Reidenbach, S.P. Robbins, D. P. Robin, S.P. Sethi, D.J. Wood, G. Zwetsloot.

Среди российских авторов особый вклад в развитие корпоративной социальной ответственности внесли следующие ученые: Н.В. Бакша, Б.С. Батаева, И.Ю. Беляева, Ю.В. Благоев, А. В. Вавилина, Т.В. Гришина, О.В. Данилова, А.А. Данилюк, М.А. Измайлова, О.А. Канаева, Э. М. Коротков, А.Е. Костин, Э.И. Мантаева, Л.Е. Мошкова, Л.М. Никитина, Н.Ю. Псарева, Ю.Н. Попов, Л.А. Плотицына, С.А. Стрижов, Г.Л. Тульчинский, С.В. Туркин, В.А. Шаховой, Я.В. Шокола, М.А. Эскиндаров и др.

Не смотря на внушительный объем работ, посвященных проблематике КСО, как российских, так и зарубежных авторов, остается много актуальных тем, которые не были широко представлены в литературе. Одной из таких тем является социологический анализ КСО в управлении нефтегазовым бизнесом.

Целью работы является: анализ реализации корпоративной социальной ответственности в сфере нефтегазового бизнеса, путем сравнения опыта зарубежных и российских организаций данной отрасли, и, в частности, практик ООО «Газпром Экспорт».

Задачи работы:

1. Раскрыть понятие, сущность корпоративной социальной ответственности;
2. Провести сравнительный анализ зарубежных и российских нефтегазовых компаний в управлении корпоративной социальной ответственностью;
3. Проанализировать социальную ответственность компании ООО «Газпром Экспорт»;
4. Провести исследование: «Анализ процесса организации стажировок для молодых специалистов в компании ООО «Газпром Экспорт», в качестве инструмента реализации КСО»;
5. Обозначить сильные и слабые стороны процесса прохождения студентами стажировок в «Газпром Экспорт», а также, дать практические рекомендации для повышения результативности данных практик и общего уровня КСО компании.

Объект: компании нефтегазовой отрасли.

Предмет: процесс реализации корпоративной социальной ответственности организациями нефтегазового бизнеса.

Эмпирической базой исследования послужили практики реализации политики КСО крупными корпорациями в нефтегазовой сфере представленные в социальных и экологических отчетах, новостных публикациях на официальных сайтах, новостях в СМИ. Также, эмпирической базой исследования послужили результаты проведенных интервью со

студентами, участвующих в программе стажировок компании «Газпром Экспорт».

Теоретическая значимость заключается в использовании критического и институционального подхода к анализу КСО, редко представленного в русскоязычной литературе, а также в расширении общей теоретико-методологической базы социологических исследований корпоративной социальной ответственности.

Практическая значимость исследования заключается в возможности использовать положения и выводы, содержащиеся в нём, для более глубокого осмысления перспектив и преимуществ стажировок для молодых специалистов, как важнейшего элемента социальной ответственности. Основные идеи исследования дополняют и уточняют теоретические разработки в области корпоративной ответственности. Положения дипломной работы могут быть использованы для формирования процесса подготовки студентов на базе наставничества в других российских компаниях.

Методология ВКР складывалась из принципов социокультурного анализа феномена корпоративной социальной ответственности, а также методик контент-анализа и экспертного опроса.

Научная новизна работы заключается в сформированных по результатам эмпирического исследования выводах о практиках реализации КСО в компаниях нефтегазовой отрасли, а также создание методических рекомендаций по вопросам организации программ стажировок студентов вузов в компании ООО «Газпром Экспорт».

Структура работы: работа состоит из введения, трех глав, разделенных на параграфы, заключения, списка использованной литературы и трех приложений.

Глава 1. Теоретические аспекты корпоративной социальной ответственности бизнеса

1.1. Основные понятия, история развития и эволюция концепции корпоративной социальной ответственности

Вопрос корпоративной социальной ответственности или сокращенно КСО, является одним из самых актуальных и обсуждаемых как в научных кругах, так и среди деловой и политической элиты. Происходят изменения, которые требуют более высокого уровня адаптированности производства к социальным переменам. В связи с этим переосмысливаются теоретические основы менеджмента и его инструментария. Определений корпоративной социальной ответственности бизнеса в международной практике существует очень много, однако единого и общепринятого пока нет, что дает нам шанс по-разному интерпретировать данный термин «корпоративная социальная ответственность».

В научной литературе существуют различные трактовки социальной ответственности бизнеса. Корпоративная социальная ответственность – это концепция, отражающая добровольное решение компаний о принятии участия в социальном развитии своего трудового коллектива, повышении качества жизни и совершенствовании общества, а также защите окружающей среды. Проявляется корпоративная социальная ответственность по отношению к различным участникам корпоративных отношений, будь то сотрудники компании, ее поставщики, государство или общество в целом.

Сегодня корпоративная социальная ответственность представляет собой сложное и многоаспектное явление. В общем смысле принято понимать совокупность обязательств, принимаемых на себя компаниями, за результаты и последствия своей деятельности. Иначе ее еще называют социальной ответственностью бизнеса.

Определения понятия «корпоративная социальная ответственность», которые были даны российскими авторами представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Трактовки понятия «корпоративная социальная ответственность»

Автор	Определение
Благов Ю.В.	КСО – концепция, в соответствии с которой организация учитывает интересы общества, беря на себя ответственность за влияние её деятельности на заказчиков, поставщиков, работников, акционеров, местные сообщества и прочие заинтересованные стороны общественной сферы. Ответственность выходит за рамки установленного законом обязательства соблюдать законодательство и предполагает, что организация принимает на себя обязательства по повышению качества жизни работников и их семей. ¹
Grayson D., Hodges A.	КСО – это концепция, в соответствии с которой организации учитывают интересы общества, беря на себя ответственность за влияние их деятельности на заказчиков, поставщиков, работников, акционеров, местные сообщества и прочие заинтересованные стороны общественной сферы [115, С. 150-151]. ²
Griffin R.	В настоящее время социальная ответственность – «это совокупность обязательств, которые берет на себя организация в плане защиты интересов общества и его дальнейшего совершенствования» ³ [4, 234].
Данилова О.В.	Корпоративная социальная ответственность – это деятельность, направленная на создание стабильной экономической среды обитания; интеллектуализация человеческого капитала. ⁴
Коротков Э.М.	Корпоративная социальная ответственность – реализация интересов компании (корпорации) посредством обеспечения развития её коллектива и участия компании в развитии общества. ⁵
Петрова Н., Титкова А.	КСО может пониматься узко, как забота о социуме, как вложения в рабочую силу, в человеческий капитал через фонды общественного потребления – здесь интересы бизнеса во многом сходятся с властью, либо социальная

¹ Благов, Ю.В. Генезис концепции корпоративной социальной ответственности / Ю.В. Благов // Вестник С.-Петербургского ун-та. – Сер. Менеджмент (2). – 2006. – С. 4.

² Grayson, D. Corporate Social Opportunity! Seven Steps to Make Corporate Social Responsibility Work for Your Business / D. Grayson, A. Hodges. – Sheffield: Greenleaf Publishing, 2004. – P.186.

³ Гриффин Р., Пастей М. Международный бизнес. 4-е изд. // Пер. с англ. Под редакцией А.Г. Медведева. – Спб.: Питер, 2006.- С. 534-535.

⁴ Данилова, О.В. Социальная ответственность бизнеса в системе рыночного хозяйства (теоретико-экономический аспект): автореф. дис. ... д-ра экон. наук: 08.00.05 / Данилова Ольга Викторовна. – М., 2009. – С.25.

⁵ Канаева, О.А. Корпоративная социальная ответственность: эволюция теоретических взглядов / О.А. Канаева // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 5. Экономика. – 2013. – № 2. – С. 135.

	ответственность понимается более широко – как удовлетворение потребностей общества, служение обществу. [16, С. 421-423] ⁶
Попов Ю.Н.	КСО как «теоретическая основа социального аудита», определение «согласия, баланса интересов и компромисса между классом собственников, и наемных работников». ⁷
Robbins S.P.	КСО – «обязательство фирмы преследовать долгосрочные общественно полезные цели, принятое ею сверх требуемого от нее в соответствии с законодательством и экономическими условиями». [66, С. 206-209]. ⁸
Шпотов Б.М.	КСО фирмы – максимальное использование преимуществ компании и сведение к минимуму недостатков, которые затрагивают как участников бизнеса, так и общество в целом [100, С. 89-90]. ⁹

Из таблицы, можно заключить, что приведенные выше определения схожи в следующих аспектах:

- устойчивое развитие общества является одной из первостепенных задач развития корпоративной социальной ответственности;
- корпоративная социальная ответственность должна учитывать интересы всех заинтересованных сторон, как внешних, так и внутренних, способствуя повышению качества жизни;
- необходима интеграция корпоративной социальной ответственности в стратегию развития компании;
- соблюдение принципов КСО способствует ее более эффективному развитию, повышению безопасности и устойчивости бизнеса, улучшению финансовых результатов.

⁶ Власть, бизнес, общество в регионах: неправильный треугольник / под ред. Н.Петрова, А. Титкова; Моск. Центр Карнеги. – М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2010. – С. 335-347.

⁷ Попов, Ю.Н. Социальный аудит: новая утопия или эффективный инструмент? [Электронный ресурс] / Ю.Н. Попов // Сайт Института социального прогнозирования и проектирования. – Режим доступа: <http://ispp.ua/publ/1-1-0-1> (Дата обращения: 14.04.20).

⁸ Робинс, П. Менеджмент / П. Робинс, М. Коултер / 6-е изд.; пер. с англ. – М.: Изд. дом «Вильямс», 2004. – С. 202.

⁹ Шпотов, Б.М. Деловая этика и менеджмент: современные подходы / Б. Шпотов // Проблемы теории и практики управления. – 2002. – №1. – С. 89–94.

Сравнив определения корпоративной социальной ответственности, можем дать свое толкование КСО. По нашему мнению, корпоративная социальная ответственность – это слияние принципов КСО в практическую деятельность, с учетом ожиданий внутренних и внешних участников бизнес-процессов, с целью повышения положительного влияния организации на общество, укрепления репутации ответственной компании и снижения возможного отрицательного воздействия».

Зарождение современной концепции социальной ответственности бизнеса, связывают с выходом в печать работы Р. В. Джонсона «Испытай реальность», которая вышла в печать в 1935 г в США. Американским писателем впервые была предпринята попытка определить ответственность и обязательства компании перед акционерами, сотрудниками и обществом в широком смысле. Таким образом, возникновение концепции социальной ответственности на западе относят к началу прошлого века, при этом сам термин КСО появился на свет лишь в 1953 году, благодаря монографии профессора Иллинойского университета, экономиста Говарда Боуэна «Social Responsibilities of the Businessman» («Социальная ответственность бизнесмена»), в которой он разворачивает свою трактовку термина. Она звучит следующим образом: «КСО - заключается в реализации той политики, принятии таких решений либо следовании такой линии которые были бы желательны для целей и ценностей общества».¹⁰ Обозначив общую необходимость социально ответственного поведения, Боуэн положил начало формированию различных ответвлений от первоначальной идеи и появлению многих уточняющих определений. В данном исследовании мы будем опираться именно на это классическое определение. Перед тем как приступить к анализу самых известных направлений научной мысли в этой сфере рассмотрим три основных подхода к КСО: теория корпоративного эгоизма, теория корпоративного альтруизма и компромиссные теории.

¹⁰ Bowen H. R. Social Responsibilities of the Businessman. Harper & Row: N. Y., 1953. – P. 130-132.

Итак, в 1970 году американский экономист, лауреат Нобелевской премии, Милтон Фридман опубликовал в «The New York Times» свою статью под названием «The Social Responsibility of Business is to Make a Profit» («Единственная социальная ответственность бизнеса - приносить прибыль»). И эта статья была прямо противоположна точке зрения Г. Боуэна, и ее по праву можно назвать началом теории корпоративного эгоизма. В своей работе М. Фридман определил социальную ответственность бизнеса так: «есть одна и только одна социальная ответственность бизнеса – использование его ресурсов и участие в деятельности компании, направленной на увеличение своей прибыли, так долго, пока это остается в рамках правил игры: участвовать в открытой и свободной конкуренции без обмана и мошенничества».¹¹ В статье говорится о том, что если хочешь сделать что-то доброе, то делай это только за свой счет. А также, что не бизнес социально ответственен, а человек, который руководит компанией, и если речь идет о корпорации, то руководитель ее тратит не только свои деньги, но и деньги акционеров.

Другая точка зрения, получившая название теории корпоративного альтруизма, прямо противоположна теории М. Фридмана. Главная идея теории заключается в том, что бизнес должен заботиться не только о росте прибыли, но и делать максимально доступным вклад в решение общественных проблем, повышение качества жизни граждан и сообщества, а также в сохранение окружающей среды. Авторство данной теории принадлежит Комитету по экономическому развитию. В рекомендациях комитета подчеркивается, что «корпорации обязаны вносить значительный вклад в улучшение качества американской жизни». Компании не могут самоустраняться от социальных проблем, так как они являются открытыми системами, активно участвуя в лоббировании законов и других государственных решений, спонсируя различные партии и общественные движения.

¹¹ J Friedman M. The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits // The New York Times Magazine, September 13, 1970.

Существует и третья теория, которую называют теорией разумного эгоизма или американским подходом. В рамках данного подхода признается необходимость социальных инвестиций и программ, в качестве гаранта благоприятной социальной среды для своих работников и территорий своей деятельности, которая создает при этом условия стабильности прибыли компании. Таким образом, социальная ответственность бизнеса – это «хороший бизнес», так как сокращает долгосрочные потери в прибыли. Тратя деньги на социальные и филантропические программы, организация сокращает свои текущие прибыли, но в долгосрочной перспективе создает благоприятное социальное окружение и, таким образом, устойчивые прибыли в будущем.

Отличием данной теории от предыдущей может служить отсутствие глубины диалога при сотрудничестве с заинтересованными сторонами в рамках решения социальных программ. В общем, приходится говорить о необходимом минимуме и только, а не о внедрении социальной составляющей в стратегию и философию ведения бизнеса путем изучения и удовлетворения ожиданий заинтересованных сторон, с учетом экономического интереса компании в роли равного участника.

Становление и эволюция аналогичных теорий, а также попытки их систематизации отражены в работах Д. Виндзора, А. Керролла, Р. Штойера.

А. Керролл в своем исследовании сделал попытку проследить основные изменения в терминологической системе за десятилетие. Так, по его мнению, 50-е годы прошлого столетия могут рассматриваться как зарождение современного этапа развития социальной ответственности, в 60-х намечена тенденция содержательного углубления понятий КСО, в 70-х отмечается появление различных направлений и форм реализации социальной ответственности; 80-е годы - период, характеризующийся аккумуляцией знаний в области КСО, увеличением публикаций и становлением концепции в области КСО.¹²

¹² Carroll, A.B. Corporate social responsibility: Evolution of definitional construct / A.B. Carroll // Business and Society. – 1999. – N 38 (3). – P. 275.

Предложенная К. Девисом концепция КСО строится на следующих принципах: организации должны быть мотивированны рыночными инструментами, быть прозрачными в своей деятельности перед общественностью; списание части стоимости готовой продукции и услуг на социальные затраты должно рассчитываться тщательно; направления развития социальной ответственности обозначаются общественностью. Государство должно создавать условия и быть примером социальной ответственности.¹³

В 2005 году Филипп Котлер и Нэнси Ли в своей книге «Корпоративная социальная ответственность: Как сделать как можно больше добра для вашей компании и сообщества» («Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause») определили социальную ответственность бизнеса как «добровольный вклад бизнеса в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах»¹⁴.

В последнее десятилетие происходило развитие концепции КСО – как ответ бизнес-сообщества на проблемы устойчивого развития. В связи с огромными возможностями, которые открыл доступ в Интернет, компании осознали, что они уже не могут контролировать информационные потоки, касающиеся их собственной деятельности, а также деятельности их поставщиков. Неправительственные организации, профсоюзы, группы потребителей и местные сообщества могут обмениваться информацией практически мгновенно и организовывать бойкоты и кампании, результаты которых могут стать достоянием общественности, в случае мошеннического, коррумпированного и неэтичного бизнес-поведения. В результате может быть нанесен серьезный урон репутации корпорации. Дальновидные компании признают, что необходимо понимать важность этой проблемы, и, вместо того чтобы оказаться в невыгодном положении, они стремятся максимально

¹³ Davis, K. Business and Society: Environment and Responsibility / K. Davis, R. Blomstrom. – N.Y.: McGrawHill, 1975. – P. 174–175.

¹⁴ Kotler Ph. Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause // Ф. Котлер, Н. Ли; перев. с англ. С. Яринич. Киев, 2005. – С. 205-210.

использовать возможности, которые предоставляет компании деятельность в этом направлении, т.е. их вклад в решение социально-экономических проблем общества. Как показывает практика, они добиваются этого двумя способами. Сначала определяют ключевые факторы, влияющие на повышение стоимости компании и связанные с корпоративной социальной ответственностью, а затем повышают эффективность деятельности в этой сфере. Одновременно с этим они повышают эффективность взаимодействия с третьими сторонами по данным вопросам, сообщая им о том, какая работа была ими проделана в прошлом и какие действия они намереваются предпринять в будущем. После этого они предлагают независимым сторонам оценить результаты выполнения данных ими обещаний.

Что касается истории развития корпоративной социальной ответственности в России, она насчитывается около 15 лет. Еще 10 лет назад фраза «корпоративная социальная ответственность» вряд ли была бы понята и принята в деловом мире, а практика ограничивалась общими словами о следовании принципам этики и разовой благотворительностью. Однако в последние несколько лет, в связи с практически наступившей политической и экономической стабильностью и выходом российских компаний на международный рынок, назрела необходимость в пересмотре подходов российских компаний к своей ответственности перед обществом. По сути, у крупных компаний возник интерес к выработке политики корпоративной социальной ответственности, к созданию продуманной стратегии участия в жизни общества. Как уже отмечалось выше, понятие «корпоративная социальная ответственность» сформировалось в мире в целом сравнительно недавно. До этого периода существовали различные стандарты и правила в области корпоративного управления, описывающие кадровую политику, подходы к охране окружающей среды, корпоративной этике, взаимоотношения с конкурентами, обязанности в отношении общества и государства. В сфере социальной политики компаний правила и стандарты не

были выработаны вообще, преобладал «случайный» подход: работа по обращениям, ответ на просьбы местных властей или требования профсоюзов.

Однако с конца 70-х гг. прошлого века ведущие компании США и Европы начали приходить к пониманию необходимости объединения разрозненных элементов корпоративной политики, связанных с взаимоотношениями компании с внешней средой, и к выработке единых целостных подходов к взаимодействию с обществом. Такая политика, с одной стороны, должна была бы быть связана с философией компании, ее маркетинговой стратегией, с другой стороны, отвечала бы ожиданиям общества.

Подводя итог, основные этапы создания и становления концепции корпоративной социальной ответственности можно представить в виде рисунка:



Рисунок 1 – Развитие концепции корпоративной социальной ответственности.

Источник: составлено автором.

1.2. КСО: модели и виды

Социально ответственные инициативы бизнеса имеют глубокую традицию в западном мире. Зарубежный опыт корпоративной социальной ответственности имеет разнообразный характер, часто связанный с историческими условиями развития и особенностями менталитета страны. Не существует единого подхода к классификации исследуемых моделей КСО за рубежом среди ученых и специалистов. Так, например, одна группа ученых считает, что таких моделей две: американская и европейская. Другая группа настаивает на том, что необходимо классифицировать модели КСО по группам стран. Классификационное деление моделей КСО основывается на концепциях КСО, особенностей роли и места бизнеса в системе принятия решений, которые характерны для той или иной страны. Как уже было отмечено, можно выделить две ключевые модели: американскую и европейскую.

Итак, Американская модель КСО сформировала набор традиционных механизмов и форм реализации корпоративных социальных программ. В американском предпринимательстве преобладает максимальная свобода субъектов, благодаря чему большинство сфер общества саморегулируемы. Предметом двустороннего договора этих сторон являются отношения работник – работодатель. Государство регулирует лишь базисные неотъемлемые права членов общества. Так, право американцев на здравоохранение в большинстве является именно правом выбора гражданина пользоваться ли медицинскими учреждениями.

Так как Американская модель КСО является открытой, все инициативы в области социальной ответственности добровольны.

В Америке функционируют многочисленные механизмы участия бизнеса в социальной поддержке общества, это и бесчисленные корпоративные фонды, нацеленные на решение разнообразных социальных проблем за счет бизнеса.

Как ни в одной другой стране мира, частное образование в Америке активно спонсирует частный сектор. Это объясняется заинтересованностью бизнеса в добровольных вливаниях в образование, пенсионные программы, а также страховые схемы для персонала и иные социально значимые программы.

Государство поощряет данное ответственное поведение корпораций перед обществом путем предоставления налоговых льгот, зачетов.

Для США характерно минимальное вторжение государства в частный сектор. Несмотря на это Америка известна традициями систематического участия бизнеса и/или его представителей в финансировании самых разнообразных некоммерческих проектов (См. Табл. 2).

Таблица 2 - Характеристика корпоративной социальной ответственности в США

Параметр сравнения	Характеристика
Парадигма взаимоотношений государства и общества	Основаны на свободе индивидуума, недопущения вмешательства, государства в жизнь гражданского общества
Институциональная среда	В виде института права и право применения, объединений бизнеса и потребителей
Культура и ее влияние на особенности социального капитала	Разветвленная система институтов гражданского общества, сегодня более 70% граждан состоят в различных объединениях и организациях
Основные носители идей ксо	Крупные компании
Роль саморегулируемых организаций	Высокая активность населения, бизнес распространяет лучшие свои практики через свои ассоциации, роль профсоюзов незначительна
Взаимоотношения компании и общества	До последнего времени считалось, что основной задачей бизнеса является повышение прибыли и рост ценности компании для акционеров
Роль государства	Невысокая, сотрудничество осуществляется на местном уровне власти, широкое использование налоговых стимулов
Основная направленность программ КСО	Здравоохранение, образование, спорт
Институционализация концепции КСО	Центр корпоративного гражданства при Бостонском колледже

При сравнении американской КСО с европейской (См. Табл. 3), важно отметить, что в последней велика роль государственного регулирования. Экономическая ответственность США сосредотачивается на доходности и ответственности перед акционерами, а также определяется уровнем поддержки местных сообществ. Европейский бизнес рассматривает государство, как институт, приводящий в исполнение принятые правила поведения. Высокая степень социальной защищенности в Европе обеспечивается через высокие налоги. Если в США благотворительность распространяется на сферы культуры, искусства и на университетское образование, то в Европе достаточно тяжелое налоговое бремя стало причиной того, что вся ответственность за финансирование данных направлений переносится на государство.

Таблица 3 – Сравнительная характеристика корпоративной социальной ответственности в США и Европе

Уровень ответственности	США	Европа
Экономическая ответственность	Направленность на соответствие с передовыми принципами корпоративного управления, достойного вознаграждения и защиты потребителя	Законодательно установленные рамки поведения, например 35-часовая рабочая неделя, регулирование сверхурочной работы.
Юридическая ответственность	Невысокий уровень законодательно закреплённых правил поведения корпораций	Глубоко проработанное законодательство о правилах ведения бизнеса
Этическая ответственность	Тенденции преобладания поддержки местного сообщества	Высокие налог и высокий уровень государственной социальной защиты
благотворительность	Спонсирование искусства, культуры, образования	Высокое налоговое бремя переносит на государство ответственность за финансирование общественных сфер

Таким образом, в отличии от американской, европейская модель характеризуется жестким законодательством в области КСО.

Эволюция КСО в Европе началась в начале 19 века и основана на бизнес-идеологии и вложении денег. В идеале, европейская модель КСО ориентирована на превращение компаний в полноправных членов национальных сообществ. Такая ориентация нашла отражение в самом определении КСО, сформированным Европейской Комиссией. Социальная ответственность трактуется там, как «подход, предполагающий интеграцию компанией социальных и средоохраных целей на добровольной основе как в сферу предпринимательской деятельности, так и в практику взаимодействия со стейкхолдерами».

Как правило, в Европе, КСО регулируется с помощью норм, стандартов и законов соответствующих стран. Одной из главных особенностей данной модели КСО является государственное регулирование. По этой причине эту модель относят к скрытым формам КСО. Во многих европейских странах законодательно зафиксированы обязательное медицинское страхование, пенсионное регулирование, природоохранная деятельность предприятий (См. Табл. 4).

Таблица 4 –Характеристика корпоративной социальной ответственности в Европе

Параметр сравнения	характеристика
Парадигма взаимоотношений государства и общества	Взаимоотношения государства и общества основаны на идее государственного порядка и национального единства, роли государства, обеспечивающего свободу личности
Институциональная среда	развитая, зрелые рыночные отношения
Культура и ее влияние на особенности социального капитала	Для стран Европы в целом характерен высокий уровень социального капитала, включая доверие
Основные носители идей КСО	Крупные компании традиционно являются носителями передовых технологий и разного рода инноваций
Роль саморегулируемых организаций	Высокая роль профсоюзных движений
Взаимоотношения компании и общества	Общество в целом относится с недоверием к бизнесу, ответственность за развитие общества в определенной степени возлагается на бизнес, большая часть отношений регулируется законодательно

Роль государства	Традиционно высокая как в области регулирования социально-трудовых отношений, так и в регулировании КСО в целом
Основная направленность программ КСО	Так как интересы рабочих законодательно защищены и развито экологическое законодательство, основная направленность программ – местное сообщество
Институционализация концепции КСО	Действует организация «социальная платформа», сеть европейского бизнеса КСО-Европа, важную роль играют Европейская комиссия

Таким образом, в центре европейской практики КСО оказывается диалог со стейкхолдерами. При этом налицо тенденция к его институционализации на уровне ЕС.

Что касается видов КСО, то, на наш взгляд, все проявления социальной ответственности можно объединить в две группы (внутренняя форма реализации КСО и внешняя форма реализации КСО). Инструменты реализации социальной ответственности перед этими группами представлены в таблице 5.

Таблица 5 – Виды и инструменты реализации корпоративной социальной ответственности.

Внутренняя форма реализации КСО	Внешняя форма реализации КСО
3. Развитие и поддержка персонала: <ul style="list-style-type: none"> – программы адаптации сотрудников; – участие сотрудников в принятии управленческих решений; – повышение уровня квалификации; – формирование корпоративной культуры; 	2. Природоохранная деятельность: <ul style="list-style-type: none"> – мероприятия по повторному использованию и утилизации отходов; – мероприятия по предотвращению загрязнения окружающей среды; – сокращение вредного воздействия производственной деятельности на окружающую среду;
2. Охрана труда: <ul style="list-style-type: none"> – поддержание санитарных условий труда; – обеспечение лечебно-профилактических мероприятий; 	2. Развитие местного сообщества: <ul style="list-style-type: none"> – спонсирование спортивных организаций и местных культурных, образовательных мероприятий;

<ul style="list-style-type: none"> – профилактика профессиональных заболеваний; – создание рабочих мест, соответствующих всем нормам и требованиям; – медицинское обслуживание персонала компаний и членов их семей. 	<ul style="list-style-type: none"> – осуществление социальных проектов и акций; – поддержка НКО; – поддержка научных и прикладных исследований в социальном направлении; – активное участия в благотворительных мероприятиях; – проведение мероприятий по поддержке социально незащищенных слоев населения; – сохранение и развитие жилищно-коммунального хозяйства и объектов культурно-исторического значения.
<p>3. Социально ответственная реструктуризация:</p> <ul style="list-style-type: none"> – организация и проведение программ переобучения и переподготовки сотрудников; – упразднение структурных элементов посредством аутсорсинга и придания самостоятельности структурным подразделениям; – сохранение социальных льгот в течение определенного времени после увольнения; – реорганизация трудовых процессов; - экономически обоснованное сокращение рабочих мест; – содействие в трудоустройстве; -наличие компенсационных выплат; – уменьшение уровней иерархии; – отказ от некоторых видов деятельности. 	<p>3. Развитие добросовестной деловой практики:</p> <ul style="list-style-type: none"> – реализация программ по добровольному ограничению сфер бизнеса; – организация программ развития и содействия малому и среднему предпринимательству; – совместное проведение мероприятий с органами государственного управления, ассоциациями потребителей, профессиональными объединениями и иными общественными организациями; – прозрачность в отношении собственников, поставщиков, бизнес-партнеров, клиентов и заинтересованных сторон.

Как следует из таблицы, внутренняя форма КСО выражается в социально ответственной политике компании по отношению к персоналу и ее собственникам. Реализуемые в ее рамках программы связаны с охраной здоровья и созданием безопасных условий труда, развитием персонала, решением вопросов социальной реструктуризации, а также повышением эффективности ведения бизнеса. Внешняя форма КСО представляет собой социальную политику компании в отношении местного сообщества и других внешних заинтересованных сторон, включает в себя программы,

направленные на природоохранную деятельность, развитие территории присутствия. Социальные программы, соответствующие внутренним целям организаций, не подразумевают широкого участия внешних партнеров (некоммерческие организации, общественные объединения, органы власти), исключая профессиональную среду (профессиональные ассоциации и профсоюзы). Внешние программы, обычно являются долгосрочными и рассчитаны на внешних партнеров. Иными словами, в основе концепции корпоративной социальной ответственности лежат базовые принципы, которые определяют предоставление потребителям товаров и услуг высокого качества, развитие персонала, соблюдение в полном объеме нормативных и законных актов, а также внимание к общественным интересам и общепринятым ценностям.

1.3. Принципы формирования КСО

Корпоративная социальная ответственность включает в себя комплексную ответственность компании как делового партнера, работодателя, производителя товаров и услуг, налогоплательщика, заемщика капитала, корпоративного гражданина, члена общественных организаций и участника социальных отношений. С точки зрения КСО, бизнес — это:

- ответственный работодатель, соблюдающий нормы трудового права, заботящийся об условиях труда, социальном благополучии своих работников;
- ответственный деловой партнер, работающий в соответствии с правовыми и этическими нормами ведения бизнеса, строящий свои отношения с партнерами на соблюдении профессиональных принципов и стандартов, финансовой ответственности и т.д.;
- ответственный гражданин (в масштабах страны, региона, местности), который платит налоги и соблюдает законодательство на местном и международном уровнях, заботится об охране окружающей среды, участвует в благоустройстве и социальном развитии «своей» территории;
- ответственная личность, которой не чужды нравственный долг, поддержка социально слабых и незащищенных, милосердие, развитие здорового образа жизни и нравственной культуры.

КСО — это ответственность перед:

- инвесторами, акционерами и кредиторами — за их собственность;
- потребителями и клиентами — за качество товаров и услуг;
- работниками — за рабочие места, занятость, охрану труда;
- населением — за охрану и восстановление окружающей среды;
- государством — за соблюдение законов и уплату налогов.

Как показали результаты исследований, в России имеется ряд проблем, затрудняющих реализацию принципов КСО. В частности: негативное влияние периода перехода к рынку, характеризующегося «забвением» социальных программ и стремлением предприятий избавиться от социальной инфраструктуры; непонимание высшим руководством компаний связи КСО и возможностей создания положительного имиджа компании, улучшающего возможности позиционирования на рынке; недооценку как менеджментом, так и заинтересованными лицами экономических выгод реализации КСО на практике; недостаточно высокий уровень деловой культуры бизнес-сообщества и российской общественности, что не позволяет еще адекватно оценивать действия компаний с точки зрения соблюдения этических норм; позиция высшего руководства ряда компаний, которые считают, что соблюдение принципов КСО отвлекает ресурсы от решения более важных задач модернизации отечественной экономики; противоречивое влияние профсоюзов и коллективных договоров, связанным с неготовностью профсоюзов реально оценивать ситуацию и признать «законность» интересов других связанных с компанией лиц (акционеров, покупателей, кредиторов и т.д.); отсутствие целенаправленной государственной политики в сфере КСО, поддержки компаний, строящих свою деятельность на принципе КСО. Однако, несмотря на существующие трудности, результаты проводимых нами исследований показывают, что во многих российских корпорациях положение дел начинает меняться в лучшую сторону, и период пренебрежения социальными интересами уступает место осознанию взаимной зависимости бизнеса и общества, рациональному поиску приемлемого компромисса интересов.

На основе анализа основных особенностей и тенденций развития концепции КСО в России можно выделить несколько основных направлений, позволяющих получить наиболее полное понимание ситуации в рамках данного вопроса: основные подходы к определению и общественные ожидания в области КСО в России; основные тенденции реализации и степень

информационной открытости социальной политики российских компаний; сложившаяся система взаимоотношений государства и бизнеса в сфере КСО; выяснить, каким образом реализация КСО влияет на рост деловой репутации. Как показывает практика, для многих представителей бизнеса становится очевидным понимание того, что устойчивое развитие компаний, сочетающее экономические, социальные и экологические факторы, ведет к снижению предпринимательских рисков, укрепляет конкурентоспособность, повышает эффективность персонала и лояльность потребителей, улучшает репутацию компаний, создает позитивный вклад предпринимательского сообщества в экономическое и социальное развитие территорий своего присутствия. Тем самым создаются благоприятные условия для реализации долгосрочных стратегий развития бизнеса на основе соблюдения баланса интересов заинтересованных сторон. В этом суть социальноответственного ведения бизнеса как основы устойчивого развития компаний. Необходимо также отметить тот факт, что ответственностью нужно управлять, а управлять можно только тем, что измеряется. Достижение устойчивого развития российских публичных компаний подразумевает наличие спланированных действий и оценку их результативности. Одним из инструментов повышения качества корпоративного управления, включая планирование, мониторинг и оценку деятельности компании, является нефинансовый (социальный) отчет. Одновременно он может служить средством повышения прозрачности в деятельности компании, улучшения диалога с социальными партнерами. Нефинансовый (социальный) отчет – это добровольно раскрываемая информация, достоверно и доступно для ключевых заинтересованных сторон отражающая основные аспекты и результаты деятельности компаний, связанные с реализацией стратегии устойчивого развития бизнеса компании.

В связи с этим, особую ценность на современном этапе для многих групп пользователей имеет отчетность по социальной ответственности компаний перед обществом. Раскрытие в отчетности информации по вопросам

социальной ответственности и корпоративного управления необходимо для привлечения инвесторов в компании. Данная необходимость обусловлена тем, что анализируя информацию нефинансового характера, можно избежать многих негативных последствий и ответить на очень важные вопросы – в частности, как снизить риск неэффективных финансовых вложений, а, следовательно, ставку привлечения заемных средств компании, чтобы обеспечить приток финансов для реализации запланированных видов деятельности. Таким образом, благодаря нефинансовой информации, акционеры и другие заинтересованные стороны могут получить должное представление о характере бизнеса, текущем положении дел, перспективах развития на будущее.

На данный момент, количество российских компаний, внедряющих практику подготовки нефинансовых (социальных) отчетов, ежегодно растет. Причины, побуждающие различные организации, включиться в процесс добровольной социальной отчетности могут быть разными. При этом важно отметить, что в среде российских предпринимателей формируются тенденции, характерные для мирового делового сообщества, которое постепенно приходит к пониманию того, что социальный отчет, включая весь процесс его подготовки и распространения, – важный элемент корпоративной системы управления нефинансовыми рисками, повышения эффективности и укрепления конкурентоспособности.

В настоящее время лидерами нефинансовой отчетности, по результатам наших исследований, являются нефтегазовые компании, они занимают верхние строчки рейтингов и вносят наибольший вклад в благосостояние страны, как своей прямой экономической деятельностью, так и реализацией подходов к корпоративной социальной ответственности.

1.4. Роль корпоративной социальной ответственности и ее преимущества в ведении бизнеса

Эффективно работающая система КСО позволяет компаниям не только вносить позитивный вклад в социальное благополучие и экологическую стабильность, но и способствует повышению результативности и устойчивости бизнеса.

Наиболее ощутимый эффект внедрение КСО оказывает на рост нематериальных активов, усиление репутации и бренда. Косвенным доказательством позитивного влияния КСО на эффективность бизнеса является также тот факт, что большинство крупнейших мировых корпораций одновременно занимают лидирующие позиции в области КСО. Несмотря на то, что проследить прямую зависимость между КСО и финансовыми показателями достаточно сложно, такие попытки регулярно предпринимаются.

Репутационный эффект. Улучшение корпоративного имиджа является наиболее очевидным результатом деятельности компаний в области КСО. Это способствует росту нематериальных активов социально ответственных компаний, повышает ценность их бренда и формирует кредит доверия, что в конечном счете оказывает положительное влияние на уровень продаж, качество взаимодействия с деловыми партнерами и представителями других заинтересованных сторон.

Выстраивание отношений с заинтересованными сторонами. Построение диалога с заинтересованными сторонами помогает компаниям прояснить для себя, в чем конкретно, по мнению заинтересованных сторон, должна выражаться их социальная ответственность, и по возможности интегрировать эти ожидания в свою деятельность. В результате компании формируют вокруг себя позитивную среду, способствующую эффективности ее бизнеса за счет понимания и поддержки со стороны широкого круга заинтересованных сторон.

Внедрение инноваций. Знание потребностей заинтересованных сторон позволяет бизнесу предлагать востребованные обществом продукты и услуги и осваивать новые рынки. Таким образом, бизнес становится провайдером позитивных изменений и инноваций в рамках своей основной деятельности, в том числе через поддержку научных исследований, разработку социально значимых продуктов и услуг и освоение пустующих рынков, и одновременно увеличивает свою конкурентоспособность и эффективность.

Повышение лояльности персонала. Создание привлекательных условий труда, возможностей для профессионального и карьерного роста и формирование корпоративной культуры, основанной на общегуманитарных ценностях, позволяет компаниям привлекать и удерживать перспективных квалифицированных специалистов, а также повышать лояльность и мотивированность персонала. Последние западные исследования показывают, что при прочих равных условиях соискатели с большой вероятностью отдадут предпочтение трудоустройству в социально ответственные компании.

Обеспечение экономии. Внедрение технологий с более высокой производительностью и ресурсоэффективностью создает дополнительные возможности экономии энергии, воды и других ресурсов, а также снижения объемов отходов производства. Кроме того, существует позитивная зависимость между внедрением принципов КСО и ростом производительности труда.

Привлечение инвестиций и выход на мировые рынки. При определении инвестиционной привлекательности компаний на зарубежных фондовых рынках рядом инвесторов учитывается их эффективность в области КСО. Дополнительным стимулом для повышения социальной ответственности бизнеса также является постоянный рост числа финансовых институтов, придерживающихся принципов ответственного финансирования.

Повышение управленческой эффективности и минимизация нефинансовых рисков. Интеграция экологических и социальных аспектов в процесс принятия управленческих решений позволяет компании расширять горизонты своего планирования и учитывать более разносторонний спектр рисков и возможностей, что создает предпосылки для устойчивого долгосрочного развития бизнеса.

Выводы по 1 главе:

В данной главе были рассмотрены классические концепции корпоративной социальной ответственности, раскрыто ее понятие и сущность. За более чем пятидесятилетнюю научную дискуссию о вопросах взаимодействия бизнеса и общества было сформировано множество теоретических подходов к КСО. В связи с этим, сформулировать единое определение было не просто. Однако, было выдвинуто следующее определение: «Корпоративная социальная ответственность – это слияние принципов КСО в практическую деятельность, с учетом ожиданий внутренних и внешних участников бизнес-процессов, с целью повышения положительного влияния организации на общество, укрепления репутации ответственной компании и снижения возможного отрицательного воздействия». В главе были рассмотрены три основных подхода к КСО: теория корпоративного эгоизма, теория компаративного альтруизма и компромиссные теории. Были озвучены модели и виды социальной ответственности, принципы ее формирования и преимущества в ведении бизнеса.

Глава 2. Анализ опыта зарубежных и российских нефтяных компаний в управлении корпоративной социальной ответственностью

2.1. Анализ КСО крупных зарубежных компании нефтегазовой отрасли

Для поиска актуальной информации о ситуации нефтегазовых компаний за рубежом, нами был использован нефтяной портал - «Barrel Black»¹⁵. Миссия данного портала – повысить осведомленность людей о таком важном ресурсе, как нефть. Целью данного проекта является сбор и предоставление максимально полезного контента о мировых явлениях, связанных с нефтью, а также ценами на неё. На данном портале можно найти аналитику, текущих котировок и данных по нефти, статистики, литературы и иной ценной информации.

И согласно последним данным, опубликованным на портале «Barrel Black», следующие компании входят в тройку крупнейших нефтегазовых компаний мира:

1. **Saudi Aramco** - получаемая годовая прибыль составляет 200 миллиардов долларов, а суммарная капитализация оценивается в 1,5 триллиона долларов.
2. **Exxonmobil** - капитализация Exxonmobil составляет порядка 300 миллиардов долларов. Ежегодно компания приносит собственникам около 7,5 миллиарда долларов прибыли, добывая ежедневно по 4 миллиона баррелей нефти. Объём её запасов оценивается в 20 миллиардов баррелей.
3. **Royal Dutch Shell** - ежедневно добывает 2,78 миллиона баррелей нефти, а его ежегодная чистая прибыль составляет более 5 миллиардов долларов. Рыночная капитализация компании оценивается в 250 миллиардов долларов, что делает её одной из крупнейших частных компаний мира.

¹⁵ Нефтяной портал «Barrel Black» - Всё о нефти [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://barrel.black/> (Дата обращения: 10.04.20).

Теперь по подробнее остановимся на каждой из них и расскажем о ее корпоративной социальной ответственности.

«**Saudi Aramco**» - крупнейшая в мире интегрированная нефтедобывающая компания из Саудовской Аравии. Организации принадлежат права на практически все запасы нефти страны, что составляет приблизительно четверть от общемировых запасов. Ежедневно Saudi Aramco добывает 10 миллионов баррелей сырой нефти, имея общий запас более чем в 260 миллиардов баррелей. Компания является государственной. Миссия компании, заключается в том, чтобы быть ведущим в мире производителем интегрированной энергии и химических веществ, действующим безопасным, устойчивым и надежным образом. Как указано на официальном сайте компании, ее «достижения стали возможными благодаря силе и изобретательности наших сотрудников в сочетании с передовыми технологиями и неуклонным выполнением нашей долгосрочной стратегии управления резервуаром»¹⁶. Компания ориентируется на инновационные идеи и технологии, которые сделают их ресурсы более доступными, полезными, устойчивыми и конкурентоспособными – все это поможет обеспечить глобальную энергетическую безопасность. Посредством целевых пожертвований компания помогает:

- Наиболее нуждающимся полностью раскрыть свой потенциал;
- Сообществам в Королевстве;
- Международным сообществам;
- Предпринимателям и новым предприятиям;
- Защита и Продвижение биоразнообразия на международном уровне.

¹⁶ Официальный сайт «Saudiaramco» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.saudiaramco.com/> (Дата обращения: 10.03.20).

Далее, рассмотрим компанию под названием: **«Exxonmobil»**. Крупнейшая частная добывающая нефть компания родом из Соединённых Штатов Америки. Образована организация путём слияния двух крупных нефтедобывающих компаний: Exxon и Mobil. Результатом слияния стала вторая по размеру нефтяная компания в мире. На протяжении более 135 лет компания «Exxonmobil» стремится удовлетворять развивающиеся потребности общества и растущий спрос на энергоносители и нефтехимическую продукцию, способствуя при этом достижению других приоритетных целей в области экономического развития, охраны природы, образования, борьбы с бедностью, здравоохранения, безопасности и защиты прав человека.

Главная задача компании «Exxonmobil» - «ответственное производство необходимых миру энергоносителей и энергетической продукции»¹⁷. Подход к обеспечению устойчивого развития реализуется по шести ключевым направлениям:

- Корпоративное управление
- Безопасность, охрана труда и рабочее пространство
- Управление рисками изменения климата
- Природоохранная деятельность
- Взаимодействие с населением и права человека
- Развитие местных кадров и управление процессом закупок

Что касается работы с персоналом, в компании высоко ценят исключительные качества сотрудников и разносторонность коллектива и стремятся привлекать творческих специалистов, обладающих знаниями и опытом, с различными культурными традициями во всех странах, где они разворачивают свою деятельность. Принимая во внимание рост спроса на специалистов в области естественных наук, технологии и математики во всем

¹⁷ Официальный сайт «Exxonmobil» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.exxonmobil.ru/ru-RU> (Дата обращения: 10.03.20).

мире, компания поддерживает иммиграционную политику США, обеспечивающую компаниям возможность удовлетворять потребности в услугах специалистов высокой квалификации. В организации поддерживает создание добровольных социальных сетей сотрудниками компании, способствующих развитию благоприятной среды для культурного разнообразия и коллегиальности, предлагая программы профессионального развития, возможности общественной деятельности и наставничество. Местные культурные сообщества среди сотрудников включают:

- Общество содействия успешной карьере выходцев из Азии
- Группа поддержки афроамериканских сотрудников
- Международная организация расширения возможностей для латиноамериканцев
- Общество поддержки новых сотрудников
- Общество защиты принципа уважения, интеграции и национально-культурного многообразия сотрудников
- Группа защиты и поддержки ветеранов
- Социальная сеть поддержки интересов женщин

Компания «Echomobil» работает в разных странах мира, каждая из которых обладает уникальной культурой со своими нуждами и собственными зонами чувствительности. Определение и снижение потенциального отрицательного воздействия на социальную жизнь – неотъемлемая часть работы компании по установлению долгосрочных позитивных отношений с обществом в районах реализации их проектов.

Также, стоит отметить, что компания «Echomobil» принимает решения об инвестиционной поддержке программ социального развития при взаимодействии с органами государственной власти и другими заинтересованными сторонами в районах реализации их проектов. Организация проводит консультации с местными заинтересованными сторонами для определения программ, отвечающих местным социальным и

деловым нуждам, например, программы профессионального обучения и развития здравоохранения, образования и экономики, помощи в ликвидации последствий стихийных бедствий. В 2017 году благотворительные взносы компании в проекты социального развития в разных странах мира в целом составили 204 миллиона долларов (См. Рис. 2).

Инвестиции в социальные проекты в 2017 году

Компания «ЭксонМобил» инвестирует в проекты, направленные на благо населения множества регионов в разных странах мира



Рис. 2. Источник: https://www.exxonmobil.ru/-/media/Russia/Files/Community-engagement/Sustainability/Rs_2017sustainabilityreport_RU_final_PDF.pdf?la=ru-RU&hash=13D532642CF4557E9E3535A6968D8E7FCBF7142F

Развитие местных кадров. Успешная программа развития любого региона требует стратегического подхода, четко определенных и последовательно применяемых принципов управления. Подход организации определяется тремя главными направлениями: прием на работу и обучение местных кадров, поддержка местных поставщиков и улучшение условий жизни местного населения путем инвестирования в соответствующие проекты социально-экономического развития. Компания предоставляет местным сотрудникам возможности развития своих профессиональных умений и лидерских качеств, которые помогут им в течение всего срока работы в компании. Около 60 % сотрудников постоянно работают за пределами США – таким образом, прием на работу местных специалистов обеспечивает

культурное многообразие и репрезентацию коренного населения стран, в которых работает компания.

«**Royal Dutch Shell**» - международная компания, образованная в результате слияния голландского Royal Dutch Petroleum Company и британской Shell Transport and Trading Company. Как указано на официальном сайте: «Целью концерна является эффективная, ответственная и прибыльная деятельность в нефтяной, газовой, химической и некоторых других отраслях промышленности, а также поиск и разработка альтернативных источников энергии с целью удовлетворения изменяющихся нужд потребителей и растущего мирового спроса на энергоносители».¹⁸

Компания «Shell» активно инвестирует в общественные проекты и у них есть три глобальные темы социальных инвестиций:

- доступ к энергии;
- наука, технология, инженерия и математика (STEM) образование;
- навыки сообщества и развитие предпринимательства.

Компания поддерживает образование в области науки, техники, техники и математики (STEM), так как «Shell» нуждается в талантливых людях, обладающих знаниями и навыками в этих областях.

NXplorers – это глобальная программа STEM, она знакомит молодых людей с проблемами решения сложных задач, снабжая их инструментами и навыками, необходимыми для создания устойчивых изменений. В 2018 году они запустили программу NXplorers еще в 12 странах, включая Австралию, Китай, Казахстан, Индию и Тринидад и Тобаго. Сейчас они поддерживают программы STEM в более чем 20 странах.

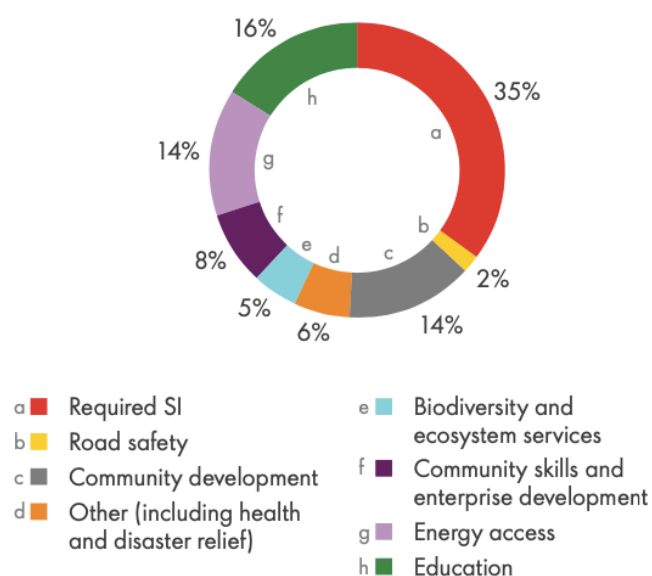
¹⁸ Официальный годовой отчет компании «Shell» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.shell.com.ru/o-hac/%D0%9D%D0%B0%D1%88%D0%B8-%D1%86%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8/_jcr_content/par/textimage_dd16.stream/1519770369577/b57ae839262c2d2419da6290b300553187e993c0/sGBP-russian.pdf
(Дата обращения: 18.03.20)

Основные направления программы социальных инвестиций определяются потребностями и приоритетами местного сообщества. В 2018 компания потратила почти 175 миллионов долларов на социальные инвестиции, из которых 35% требовалось в соответствии с правительственными постановлениями или договорными соглашениями. Также, было потрачено 113 миллионов долларов на добровольные социальные инвестиции, из которых около 66 миллионов долларов соответствовали нашим глобальным темам. Оставшиеся 47 миллионов долларов были направлены на местные программы развития общин, оказания помощи при бедствиях, безопасности дорожного движения, здравоохранения и биоразнообразия (См. Рис. 3). Более 102 миллионов долларов из общих социальных инвестиций компании в 2018 году пришлось на страны, которые включены в Индекс человеческого развития «Программы развития ООН за 2017 год».

Значительная поддержка также предоставляется в форме добровольной работы сотрудников Shell и пожертвований оборудования.

Social investment in 2018

proportion of spend



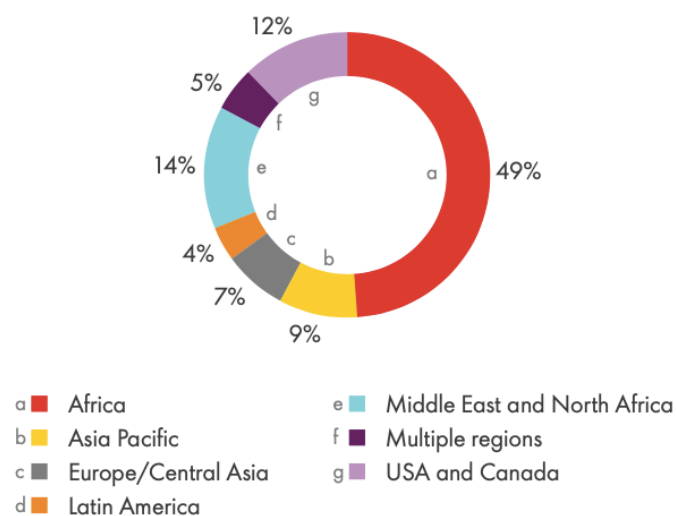
Social investment



\$175 million
overall

Social investment in 2018

by region



Social investment



\$102 million
in lower-income countries

Рис. 3. Источник: https://www.shell.com.ru/promos/sustainability/shell-sustainability-report-2014/_jcr_content.stream/1554897858837/32c7718d58df742894f56adc00b488b8d832bf5c/shell-2018-sustainability-report.pdf

Далее, отдельно стоит отметить независимую благотворительную организацию - «Shell Foundation». Она применяет деловое мышление к глобальным проблемам развития доступа к энергетическим и транспортным услугам. Shell Foundation предоставляет поддержку бизнеса, гранты и рыночные связи, чтобы помочь новаторским социальным предпринимателям опробовать новые бизнес-модели в сообществах с низким доходом. Благотворительная организация выбирает партнеров, которые могут помочь 10 миллионам человек в течение 10 лет, достичь финансовой независимости и стимулировать международное тиражирование.

С 2000 года Shell Foundation выделила гранты в размере 310 миллионов долларов США предприятиям ранней стадии развития и новым застройщикам, работающим в Африке, Азии и Латинской Америке. Shell Foundation имеет долгосрочные стратегические партнерские отношения с британскими и американскими международными агентствами развития, чтобы внедрять новые идеи, демонстрировать жизнеспособность рыночных решений и поддерживать рост новых рынков.

«Шелл» является частью многочисленных совместных проектов в области энергетики по всему миру, таких как «Инициатива по климату нефти и газа». Компания сотрудничает с правительством, национальными нефтегазовыми компаниями и многими другими предприятиями. Также, тесно сотрудничает с университетами во многих странах и поддерживаем отношения с рядом неправительственными организациями.

Например, в качестве члена IPIECA ("International Petroleum Industry Environmental Conservation Association"), всемирной ассоциации нефтегазовой промышленности по экологическим и социальным вопросам, компания вдается в обсуждение и делится передовым опытом отрасли по таким темам, как биоразнообразие, изменение климата и переселение.

На российском сайте <https://www.shell.com.ru/> в разделе карьера, можно найти «Программу для молодых специалистов». Данная программа создана для развития выпускников и молодых специалистов. Благодаря ей, можно

работать и развиваться в специально созданных условиях, учиться и сразу применять знания на практике. Программа включает в себя:

1. Индивидуальную программу обучения;
2. Личного наставника;
3. Серьезные и разнообразные задачи;
4. Командировки по всему миру;
5. Достойную зарплату и соцпакет.

Участники могут пройти программу в центральном офисе в Москве, в Твери и/или в совместных предприятиях компании (в Тюмени, Салыме или на Сахалине), а также за рубежом. Для участников из других городов компания компенсирует транспортные расходы и стоимость проживания.

На программу рассматриваются: выпускники технических и коммерческих специальностей (с опытом работы не более пяти лет), хорошо владеющими английским языком, с отличными коммуникативными навыками и аналитическим складом.

Список вакансий 2019:

Технические:

Mechanical Engineer / Инженер-механик

Process Engineer / Инженер-технолог по наземному оборудованию

Reservoir Engineer / Инженер по разработке месторождений

Коммерческие:

Trader in Development/Треjder-стажер

Commercial analyst/Аналитик отдела маркетинга

2.2. Анализ КСО крупных российских компании нефтегазовой отрасли

Как известно, нефтегазовый сектор является одним из первых, где были внедрены практики корпоративной социальной ответственности. Сегодня, нефтегазовые компания уделяют все больше внимания влиянию, которое они оказывают на окружающую среду и общество в целом. Это связано в первую очередь с активным развитием и внедрением кодексов поведения, а также ведения социальной отчетности. Сейчас, нефтегазовые компании строят школы и больницы, создают фонды микрофинансирования коренного населения и содействуют в развитии программ трудоустройства молодежи в развивающихся странах. Деятельность нефтегазовых компаний оказывает негативное влияние на окружающую среду на всех этапах процесса поставки продукта (разведка, добыча, переработка и транспортировка). Деятельность нефтяных компаний оказывает неблагоприятное воздействие и на местные сообщества. В самых крайних случаях создание необходимой для нефтегазовых компаний инфраструктуры может лишить жителей всех средств для существования. Здесь идет речь о вырубке лесов, изменение течения рек и т.д.

Как бы то ни было, сегодня все нефтегазовые гиганты предпринимают шаги по внедрению корпоративной социальной ответственности в свою деятельность. Нами были рассмотрены самые популярные нефтегазовые компании, входящие в ТОП-3 по выручке, из рейтинга РБК, на начало 2020 года. Ниже представлен список данных компаний:

1. ПАО «Газпром» — 8 224 млрд рублей;
2. ПАО «ЛУКОЙЛ» — 7 479 млрд рублей;
3. ПАО «НК «Роснефть» — 6 850 млрд рублей.

ПАО «Газпром»— глобальная вертикально интегрированная энергетическая компания, осуществляющая геологоразведку, добычу, транспортировку, хранение, переработку и реализацию газа, газового конденсата, нефти и продуктов газо- и нефтепереработки, а также производство и сбыт тепловой и электрической энергии. Головной компанией Группы является **ПАО «Газпром»**.

ПАО «Газпром» видит свою **миссию** в надежном, эффективном и сбалансированном обеспечении потребителей природным газом, другими видами энергоресурсов и продуктами их переработки.

Стратегической целью является становление ПАО «Газпром» как лидера среди глобальных энергетических компаний посредством диверсификации рынков сбыта, обеспечения

Корпоративную социальную ответственность компании «ЛУКОЙЛ» можно классифицировать по следующим направлениям:

Благотворительная помощь коренному населению. Социальные обязательства компании, работающей в зоне проживания КМНС, прописываются в соглашениях с региональными властями. Перечень и адресаты благотворительной помощи ежегодно определяются совместно с администрациями муниципальных образований, а также на основании обращений от общественных организаций КМНС и граждан. Компании Группы Газпром ежегодно по договорам пожертвования перечисляют деньги на поддержку быта населения, развитие национальных ремесел, организацию традиционных национальных праздников, обучение.

Поддержка социально незащищенных категорий граждан, в том числе детей, — важная задача для компании, соблюдающей принципы устойчивого развития. Газпром системно оказывает благотворительную

помощь тем, кто особо в ней нуждается: взрослым и детям с ограниченными возможностями здоровья, ребятам из малообеспеченных семей, детям-сиротам. Структурные подразделения контролируют реализацию компаниями Группы Газпром спонсорских и благотворительных проектов, в том числе бюджетирование расходов на финансирование мероприятий, текущее согласование расходов ДО, оценку правильности выбора формы сотрудничества. Основной объем сотрудничества Группы Газпром в социальной сфере приходится на некоммерческие организации (НКО) различных видов. Социальные НКО-партнеры отбираются, в первую очередь, по важности и ценности направлений их деятельности для общества. Также во внимание принимается репутация НКО, их открытость и ответственность перед жертвователями за эффективное целевое использование предоставленных средств. Важное направление благотворительной деятельности Газпрома — помощь больным детям.

Газпром поддерживает и крупные международные **проекты в сфере культуры и искусства**, и проекты регионального масштаба. Каждый проект, независимо от его статуса, важен: искусство в любом его проявлении должно быть доступным для людей, при этом оно нуждается в поддержке. В 2018 г. ПАО «Газпром» продолжило участие в реализации общенационального проекта «Россия — Моя история», в рамках которого создаются исторические парки, представляющие историю страны и отдельных ее регионов в мультимедийном формате. Проекты реализуются на условиях софинансирования со стороны ПАО «Газпром» и субъектов Российской Федерации. В 2018 г. состоялось открытие исторических парков в Краснодарском крае, Саратовской и Ростовской областях. В 2019–2020 гг. открытие мультимедийных парков запланировано еще в шести городах России. Совместно с французским партнером ENGIE ПАО «Газпром» финансирует воссоздание Лионского зала Екатерининского дворца. Заново созданы живописный потолочный плафон, мозаичные панели из лазурита и текстильное убранство. Открытие отреставрированного зала запланировано

на 2019 г. Кроме того, в 2018 г. были завершены начатые в 2015 г. работы по реставрации дворцовой церкви Воскресения Христова Екатерининского дворца. В 2016–2018 гг. Группой Газпром был профинансирован комплекс реставрационных работ в Китайском дворце в Ораниенбауме, в том числе оказана помощь в приобретении двух редких антикварных кресел XVIII в. для размещения в одном из залов дворца.

На протяжении последнего десятилетия ПАО «Газпром» традиционно оказывает спонсорскую поддержку крупнейшим форумам и конгрессам в России, в которых участвуют первые лица государства и представители многих стран. Одним из наиболее значимых деловых мероприятий для Компании стал VIII Петербургский международный газовый форум — ведущая площадка для обсуждения актуальных проблем отрасли. Также при поддержке компаний Группы Газпром в 2018 г. проведены:

- Российский инвестиционный форум в г. Сочи;
- XXII Петербургский международный экономический форум;
- IV Восточный экономический форум в г. Владивостоке;
- IX Гайдаровский форум «Россия и мир: цели и ценности»;
- Международный форум «Российская энергетическая неделя 2018».

В 2018 г. ПАО «Газпром» продолжило успешное сотрудничество с Международной федерацией футбола ФИФА и Союзом европейских футбольных ассоциаций УЕФА. Статус глобального партнера одних из самых популярных и престижных спортивных турниров позволяет Компании реализовывать свою коммуникационную стратегию, воплощать масштабные социальные инициативы, повышать узнаваемость бренда и укреплять репутацию на основных зарубежных рынках. ПАО «Газпром» реализует рекламную кампанию на 19 европейских рынках, а также в Китае, организует продвижение поддерживаемых спортивных проектов, проводит работу с футбольными болельщиками в сети Интернет, в том числе в социальных

сетях, а также на специально созданной интернет-площадке gazprom-football.com.

Во время проведения Чемпионата мира по футболу ФИФА — 2018 в России рекламные стенды Компании как партнера ФИФА были представлены на ключевых стадионах страны. Экспозиция рассказывала посетителям о производственной деятельности Группы Газпром и ее социальных инициативах.

Важнейшим проектом в спортивной сфере для детей является программа **«Газпром — детям»**. Ее цель — создание условий для гармоничного развития детей и подростков, привлечение как можно большего их числа в спортивные секции. С начала реализации программы в 2007 г. на территории России построено более 1 650 объектов различной направленности. Сотни тысяч детей и подростков получили возможность заниматься спортом в многофункциональных и специализированных комплексах, посещать современные бассейны, катки, соревноваться на новых стадионах и игровых площадках. В 2018 г. в рамках программы завершено строительство 51 спортивного объекта, в том числе 18 физкультурно-оздоровительных комплексов, конноспортивной школы, 2 легкоатлетических манежей, 30 открытых плоскостных сооружений, из которых 7 пришкольных стадионов и 23 многофункциональных спортивных площадки.

Сотрудничество с вузами и молодые кадры. Целевая подготовка специалистов обеспечивает Группу подготовленными кадрами по нужным специальностям и предоставляет возможности карьерного старта выпускникам. Продолжается успешное сотрудничество Газпрома с опорными вузами. В основу взаимодействия положены принципы преемственности, системности и инновационной направленности. Также, существует такой проект как **«Газпром-классы»: интерес к профессии со школьной скамьи»**. Он существует при поддержке 19 ДО Компании в 23 школах пяти федеральных округов. Там были организованы так называемые «Газпромклассы», обучение в которых включает в себя командообразующие,

профориентационные тренинги, спортивные и культурно-массовые мероприятия, знакомство с профильными вузами и предприятиями.

Всего расходы ПАО «Газпром» по состоянию на 2018 год составили: 35 млрд. руб. Более детально их можно рассмотреть на Рис 4.

**Структура расходов на благотворительность
ПАО «Газпром» в 2018 г., %**



Рис. 4. Источник: <https://sustainability.gazpromreport.ru/fileadmin/f/archive/2018-sustainability-report-rus.pdf>

Система материальной мотивации работников направлена на создание конкурентного преимущества Газпрома как работодателя и заинтересованности каждого сотрудника в результатах своей работы. В ПАО «Газпром» и его организациях применяются единые корпоративные нормы по оплате труда, которые регламентируются Политикой управления оплатой труда работников организаций ПАО «Газпром».

Цель Политики — обеспечение условий для привлечения и удержания персонала требуемой квалификации, формирование у работников мотивации

к выполнению поставленных задач. Политика распространяется на организации Группы Газпром. Уровень заработной платы работников зависит от квалификации, деловых качеств, сложности выполняемой работы, условий труда и результатов выполнения поставленных задач.

В соответствии с принципами Политики предусмотрена выплата постоянной части заработной платы (оклады / тарифные ставки) и переменной части (доплаты, надбавки, премирование).

Действующие системы оплаты труда предусматривают:

- установление должностных окладов и тарифных ставок с учетом квалификации и деловых качеств;
- ежемесячное премирование за результаты производственной деятельности работников;
- доплаты и надбавки в зависимости от условий труда и объема выполняемых работ;
- единовременное премирование (за ввод в действие производственных мощностей и объектов строительства, внедрение новой техники, экономию энергоресурсов, открытие новых залежей углеводородов);
- вознаграждение по итогам работы за год.

В качестве дополнительного способа развития и мотивации работников, а также для популяризации профессиональных достижений и распространения лучшего опыта в Газпроме регулярно проводятся конкурсы профессионального мастерства. В 2018 г. ПАО «Газпром» провело первый Фестиваль труда (профессионального мастерства) среди дочерних предприятий. Работники соревновались за звание лучшего по шести профессиям основных направлений деятельности Группы: лаборант химического анализа, машинист технологических компрессоров, оператор газораспределительной станции, приборист, трубопроводчик линейный, оператор по добыче нефти и газа. В дни проведения Фестиваля также

состоялся ряд конкурсов профессионального мастерства в ДОО ПАО «Газпром», а также прошел конкурс «Лучший преподаватель образовательного подразделения дочернего общества ПАО «Газпром» — 2018» и XIX Корпоративный конкурс по компьютерному проектированию и информационным технологиям. В июне 2018 г. состоялось награждение победителей IX Корпоративного конкурса служб по связям с общественностью и СМИ дочерних обществ и организаций ПАО «Газпром». Конкурс направлен на повышение профессионализма корпоративных СМИ, развитие творческой активности и инициативы PR-специалистов в ДОО. Кроме того, способом нематериального стимулирования работников традиционно является награждение лучших из них корпоративными знаками отличия, грамотами, почетными званиями, благодарностями. Профессионалы Газпрома ежегодно отмечаются также правительственными наградами.

Социальная политика повышает конкурентоспособность Газпрома на рынке труда и направлена на привлечение и долгосрочное удержание высококвалифицированных работников. Базовым принципом социальной политики является социальное партнерство, которое осуществляется через предоставление работникам различных видов выплат социального характера, личного страхования, медицинского, жилищного и дополнительного пенсионного обеспечения. Социальная политика Газпрома направлена на создание для работников комфортных и безопасных условий труда. Они обеспечиваются посредством предоставления медицинского обслуживания, различных видов страхования, гарантий защищенности при наступлении несчастных случаев на производстве и при возникновении профессиональных заболеваний, поддержки и развития физической культуры, спорта и самодеятельного творчества, решения жилищных вопросов с использованием системы ипотечного кредитования, негосударственного пенсионного обеспечения через АО «НПФ Газфонд». Молодым специалистам предоставляется поддержка, которая способствует их скорейшей адаптации и самореализации.

Социальные выплаты. Компании Группы могут оказывать материальную помощь всем своим работникам. Отдельным категориям полагаются дополнительные выплаты: работающим женщинам и другим лицам с семейными обязанностями, молодым работникам, работникам ДО, расположенных в районах Крайнего Севера и приравненных к ним местностях, ветеранам боевых действий, участникам ликвидации аварии на Чернобыльской АЭС и прочим категориям работников.

Жилье. Газпром реализует корпоративную программу жилищного обеспечения, основанную на использовании механизма банковского ипотечного кредитования. Такой подход к решению жилищных вопросов обеспечивает конкурентные преимущества на рынке труда, позволяет привлечь и удержать ключевых работников.

Медицинское обслуживание. В рамках добровольного медицинского страхования (ДМС) в Группе Газпром проводятся периодические медицинские обследования отдельных категорий работников, занятых на тяжелых работах и на работах с вредными и/или опасными условиями труда. Ежегодно проходит диспансерное обследование работников с учетом специфики половозрастной структуры персонала. В ходе диспансеризации выявляются доклинические формы заболеваний, факторы риска. Врачами разрабатываются для работников Группы индивидуальные программы оздоровительных мероприятий, включая реабилитационно-восстановительное лечение.

Пенсия. Работники, проработавшие в Газпроме не менее 15 лет и достигшие пенсионного возраста, имеют право на корпоративную пенсию. Размер негосударственной пенсии работника зависит от стажа его работы в организациях системы ПАО «Газпром», полученных наград и размера постоянной части заработной платы. Негосударственное пенсионное обеспечение работников Группы Газпром осуществляется в зависимости от финансово-экономической возможности организации, на основании пенсионных договоров, заключаемых с АО «НПФ ГАЗФОНД».

Газпром обеспечивает непрерывное корпоративное **профессиональное обучение**, разрабатывает соответствующие программы для рабочих, специалистов и руководителей. Работники обучаются в течение всей профессиональной деятельности по специальным образовательным программам. Система непрерывного фирменного профессионального образования персонала (СНФПО) предполагает несколько видов обучения.

Далее, хотелось бы рассмотреть компанию занимающее 2-ое место в списке, представленном РБК: **ПАО «ЛУКОЙЛ»**. И перед тем, как рассматривать ее структуру, необходимо обратиться к миссии компании, а также проанализировать ее ценности в реализации корпоративной социальной ответственности (См. Рис. 5).

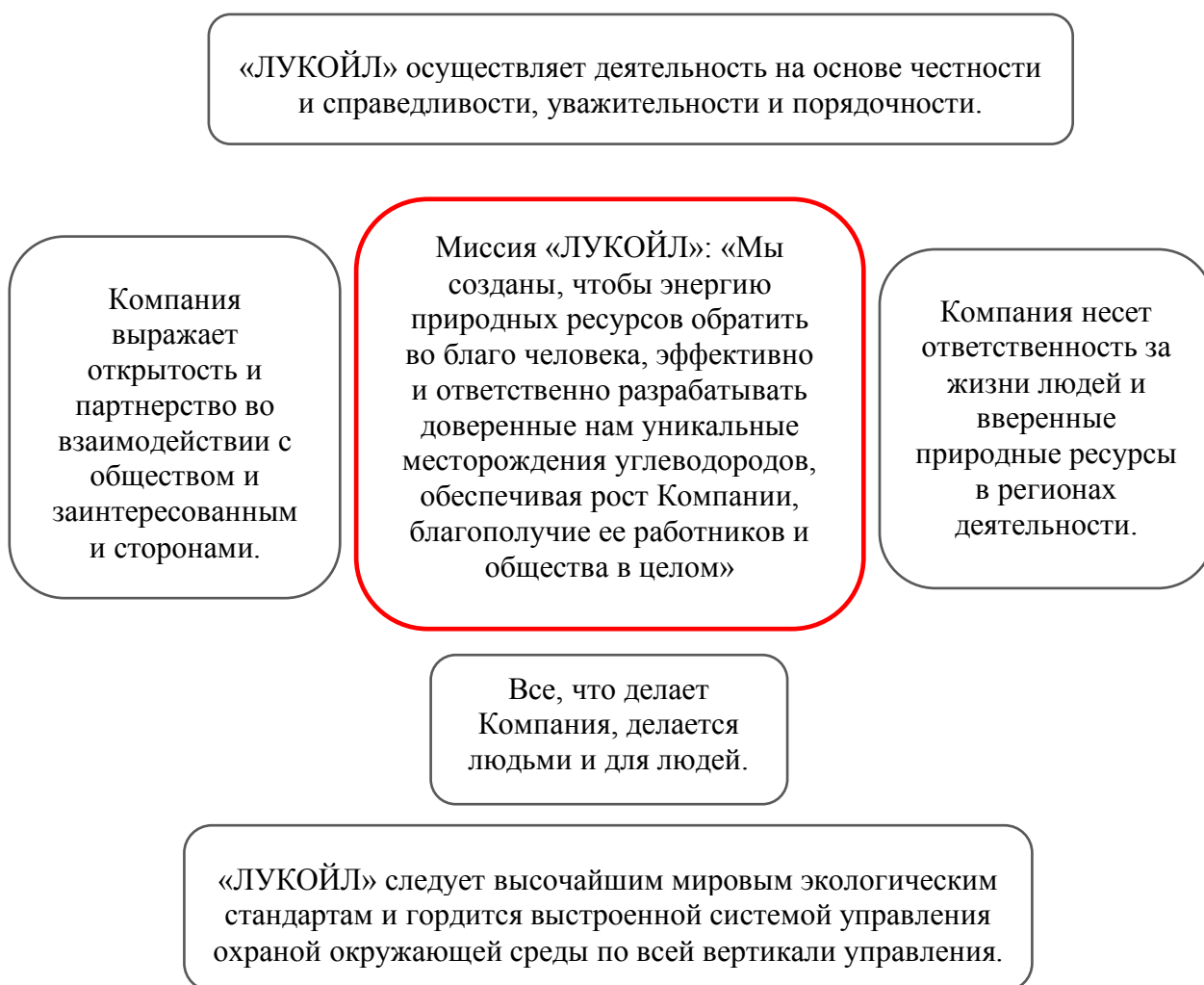


Рис. 5. Миссия и ценности компании «ЛУКОЙЛ»

Анализ корпоративной социальной ответственности ПАО «ЛУКОЙЛ» можно рассмотреть на конкретных примерах. Корпоративную социальную ответственность компании «ЛУКОЙЛ» можно классифицировать по нескольким направлениям (См. Рис. 6).



Рис.6. Направления корпоративной социальной ответственности компании «ЛУКОЙЛ»

Компания "ЛУКОЙЛ" проводит активную поддержку детских домов, интернатов и детских образовательных учреждений. Данное направление является приоритетом, который находит отклик во всех проводимых программах: благотворительных, спонсорских, программах развития детского и юношеского спорта, культуры. Социальные инвестиции в человеческий капитал представляются наиболее обоснованными в современных условиях. Компания стремится к социальному балансу, оказывая поддержку как детям, которые в силу неблагоприятных семейных условий или здоровья оказались в худших условиях, так и детям из благополучных семей, помогая им развивать

природные способности и таланты. Вот уже свыше 20 лет Компания шефствует над целым рядом детских домов в Западной Сибири, Республике Коми, Ленинградской, Кировской, Вологодской, Саратовской, Калининградской областях и других регионах. Благодаря этой программе воспитанники более 70 детских домов и интернатов получают помощь от Компании, ее дочерних обществ и Благотворительного фонда «ЛУКОЙЛ». Компания помогает их выпускникам получить образование, укрепить здоровье, обрести профессию и найти свое место в жизни.

ПАО «ЛУКОЙЛ» оказывает поддержку ряду высших учебных заведений, в которых обучаются специалисты нефтегазового профиля.

Кроме профильных вузов Компания оказывает финансовую поддержку Дипломатической академии МИД России, Национальному исследовательскому университету «Высшая школа экономики», и т.д. Начиная с 2000 г. для поддержки наиболее одаренных студентов вузов Компания вводит стипендии, которые выплачиваются студентам нефтяных и технических ВУЗов. Последние несколько лет корпоративную «лукойловскую» стипендию размером 2500 и 3000 рублей в месяц получают около 200 студентов в разных городах страны.

В рамках грантовой программы поддержки молодых преподавателей около 90 одаренных молодых преподавателей из ведущих нефтяных и других вузов страны получают гранты. Помощь вузам в совершенствовании учебно-материальной базы позволяет вести учебный процесс на современном уровне. Компания помогает приобретать научное оборудование для лабораторий.

Одним из важных направлений в области сотрудничества по совершенствованию учебного процесса является помощь Компании в обеспечении студентов современной учебной литературой.

ПАО «ЛУКОЙЛ» поддерживает ряд крупнейших специализированных медицинских научно-исследовательских центров: Гематологический научный центр РАМН, Российский кардиологический научно-производственный комплекс, Институт хирургии им. А.В. Вишневского.

Компания способствует развитию системы медицинских услуг в регионах своего присутствия. В частности, за последние годы приобретено дорогостоящее оборудование для многих медицинских учреждений. Фронтовики-нефтяники, ветераны Великой Отечественной войны и трудового фронта пользуются особым вниманием и заботой Компании. Ежегодно в канун дня Победы они получают денежные пособия и подарки. Компания оказывает поддержку также семьям военнослужащих, погибших в локальных конфликтах. Компания ведет активную природоохранную деятельность. Компания, являясь крупным недропользователем, осознает свою ответственность перед обществом по сохранению благоприятной окружающей среды, рациональному использованию природных ресурсов, а также рассчитывает на понимание обществом сложности и масштабности задач, стоящих перед Компанией в этой области, для чего осуществляет периодическое информирование и поддерживает открытый диалог со всеми заинтересованными сторонами в деятельности Компании в области промышленной и экологической безопасности, публикует отчёты о своей деятельности, о результатах оценки воздействия на окружающую среду, персонал и население.

Неотъемлемой составляющей благотворительной деятельности стало участие Компании и ее дочерних обществ в процессе восстановления религиозных традиций. При этом особое внимание ОАО «ЛУКОЙЛ» уделяет поддержке тех учреждений, чья деятельность включает в себя социальное служение. Компания участвует в программе поддержки реставрационно-восстановительных работ Введенского мужского монастыря в Оптиной Пустыни. Выделены средства на оборудование учебных аудитории для Общецерковной аспирантуры и докторантуры им. Святых равноапостольных Кирилла и Мефодия, храму Воскресения Христова в Кадашах.

Предприятия Компании также активно участвуют в возрождении и развитии центров церковной и духовной жизни страны и за рубежом. В частности, в Одессе «ЛУКОЙЛ» участвовал в восстановлении

СпасоПреображенского собора, в Баку - в реставрации Морского Собора и восстановлении Храма Жен-Мироносец.

Всю представленную информацию компания, представила в виде диаграммы затрат на благотворительность и спонсорство, таким образом можно наглядно проследить деятельность компании «ЛУКОЙЛ» по реализации мер социальной ответственности в области устойчивого развития (См. рис. 7).



Рис. 7. Источник: <https://lukoil.ru/FileSystem/9/347263.pdf>

Обеспечивая социальную стабильность и повышая комфорт и качество жизни работников, ЛУКОЙЛ реализует востребованные социальные программы, включающие льготы и гарантии, на которые имеют право все работники независимо от членства работника в профсоюзной организации и

от наличия профсоюзной организации. Льготы предоставляются вне зависимости от условий труда (полная или неполная занятость). В социальном отчете за 2018 год, написано, что главная цель компании в отношении персонала – «привлечь, удержать и мотивировать тех из них, чья квалификация и результативность обеспечат успешное выполнение Компанией своей миссии и достижение бизнес целей»¹⁹.

В Компании существует несколько основных социальных программ: **Добровольное медицинское страхование (ДМС).** Цели корпоративного добровольного медицинского страхования — это улучшение доступа работников к медицинскому обслуживанию (независимо от их должности, стажа работы и места жительства), обеспечение достаточного уровня сервиса, расширение объёма и повышение качества предоставляемой помощи.

Работникам предоставлена возможность за счет собственных средств расширять действующую программу ДМС, обеспечивая удовлетворение персональных потребностей.

Жилищная программа. Программа реализуется в соответствии с Основами жилищной политики Группы «ЛУКОЙЛ» и направлена на обеспечение жильем производственного персонала, а также приглашенных и молодых специалистов, и оказание помощи работникам в улучшении их жилищных условий путем субсидирования процентной ставки по банковскому ипотечному жилищному кредиту. В 2018 году участниками программы были 1,4 тыс. человек.

Пенсионное обеспечение. В 2018 году пенсионными программами было охвачено более 49 тыс. работников российских и зарубежных организаций Группы «ЛУКОЙЛ». Российские организации Группы «ЛУКОЙЛ» финансируют корпоративную пенсионную программу с установленными выплатами, действие которой распространяется на большую часть персонала. Один вид пенсионной программы рассчитывается исходя из выслуги лет и

¹⁹ Официальный годовой отчет ПАО «Лукойл» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://lukoil.ru/FileSystem/9/347263.pdf>

размера оклада по состоянию на конец 2003 года, а также полученных за весь период работы в ЛУКОЙЛе наград. Другой вид пенсионной программы рассчитывается пропорционально заработной плате. Данные программы финансируются исключительно из средств организаций Группы «ЛУКОЙЛ». Работникам также предоставляется возможность осуществлять пенсионные накопления с долевым участием Компании (до 4% от годовой заработной платы работника).

Программы обучения. Корпоративные программы развития основаны на анализе расхождений между предъявляемыми к работникам требованиями и уровнем компетентности. Обучение персонала осуществляется на основе ежегодных Планов повышения квалификации работников ПАО «ЛУКОЙЛ» и организаций Группы «ЛУКОЙЛ». Используется широкий арсенал обучающих средств и способов подготовки. Основными стратегическими партнерами являются образовательные организации высшего образования, а также учебные центры, зарекомендовавшие себя в качестве передовых поставщиков образовательных услуг. Образовательные программы для работников помогают Компании успешнее решать задачи, связанные с новыми направлениями деятельности, и поддерживать необходимый уровень конкурентоспособности.

Внутренние стажировки для молодых специалистов. В организации используется такой вид подготовки, как внутренние стажировки, для работников российских организаций Группы «ЛУКОЙЛ». Ежегодно участники стажировок обмениваются передовым опытом и осваивают новые практические навыки через взаимодействие со своими коллегами. Для каждого стажера составляется индивидуальное задание, в котором отражаются задачи и вопросы для изучения. По результатам прохождения стажировки работник и принимающая организация составляют отчеты с описанием результатов.

Далее, хотелось бы рассмотреть корпоративную социальную ответственность компании **ПАО «НК Роснефть»**. Данная компания, придерживаясь принципов высокой социальной ответственности, традиционно уделяет особое внимание созданию благоприятной социальной среды на предприятиях и в регионах присутствия.

Миссией компании является: «Эффективная реализация энергетического потенциала в рамках проектов в России и за рубежом, обеспечение энергобезопасности и бережное отношение к природным ресурсам».²⁰

Во всех ключевых регионах своей деятельности «Роснефть» реализует политику, направленную на комплексное социально-экономическое развитие территорий, поддерживая проекты в области здравоохранения, образования, физической культуры и спорта, науки, технологий и т. д. В прошлом году на финансирование социальной сферы регионов направлено свыше 9 млрд руб. Роснефть с уважением относится к культурному наследию и традициям местного населения, не только поддерживая существующую на территориях историкокультурную среду, но и создавая инфраструктурные условия для развития и самореализации местных сообществ, в том числе проживающих в труднодоступных и отдаленных местностях Крайнего Севера и Дальнего Востока.

Компания традиционно вносит весомый вклад в социально-экономическое развитие Российской Федерации, осуществляя поддержку масштабных проектов, направленных на возрождение духовных и национальных ценностей страны, развитие науки, культуры, промышленности, образования и спорта.

ПАО «НК «Роснефть» поддерживает развитие профессионального и любительского спорта. Как известно, компания финансирует хоккейный клуб «ЦСКА» и является спонсором футбольного клуба «Арсенал». ПАО «НК

²⁰ Официальный годовой отчет ПАО «НК Роснефть» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.rosneft.ru/docs/report/2018/ru/company/mission.html>

«Роснефть» поддерживает отечественного автопроизводителя и способствует развитию автоспорта в России, являясь спонсором автомобильной гоночной команды LADA Sport ROSNEFT. Компания является генеральным спонсором Международной федерации самбо.

ПАО «НК «Роснефть» возрождает и развивает традиции партнерства бизнеса и культурного сообщества. Компания сотрудничает с Санкт-Петербургской академической филармонией им. Д. Д. Шостаковича, а также является генеральным спонсором Международной музыкальной премии Bravo, фестиваля «Белые ночи» и др. ПАО «НК «Роснефть» принимает активное участие в развитии культурных связей между странами. В 2018 году в рамках перекрестного года культуры Россия-Катар Компания стала генеральным партнером выставки коллекций картин Государственной Третьяковской Галереи «Русский авангард: пионеры и «наследники по прямой» и организовала концерт хора Сретенского монастыря. Оба мероприятия прошли в столице Катара – Дохе.

ПАО «НК «Роснефть» вносит весомый вклад в защиту окружающей среды, при этом особое внимание уделяет защите редких видов животных и изучению морских млекопитающих. В 2018 году Компания продолжила реализацию Комплексной программы опеки белых медведей в зоопарках страны, которая ведется с 2013 года. Также компания оказывает финансовую поддержку экспедициям, исследованиям и проектам.

В Обществах Группы сильно развито добровольческое движение. Сотрудники Компании самостоятельно организуются для участия в различных волонтерских благотворительных проектах. Тематика проектов разнообразна: работники Обществ Группы помогают незащищенным группам населения (ветеранам, инвалидам, воспитанникам детских домов, пожилым одиноким людям и др.), участвуют в организации и проведении событий спортивного, образовательного, социального, культурного характера, реализуют проекты в области защиты окружающей среды и решения экологических проблем, способствующих формированию экологической культуры.

«Роснефть» с уважением относится к культурному наследию, традициям и правам коренных малочисленных народов, на территории проживания которых она осуществляет свою деятельность.

Компания поддерживает проекты, отвечающие интересам устойчивого развития коренных малочисленных народов Севера и местных сообществ и нацеленные на сохранение уникальных этнокультур, традиционного уклада жизни и хозяйственной деятельности, получение качественного образования и медицинского обслуживания. ПАО «НК «Роснефть» и Общества Группы помогают в решении множества социальных вопросов: приобретение снегоуборочной и грузовой техники, транспорта для перевозки детей в школы, обустройстве спортивных и игровых площадок на пришкольных территориях и в детских садах, благоустройстве общественных пространств. На средства Компании ведется просветительская работа для повышения правовой грамотности руководителей общин, приобретаются горюче-смазочные материалы, техника с высокой проходимостью, снаряжение и средства связи для охотников и оленеводческих общин, ведущих кочевой образ жизни и проживающих на труднодоступных территориях. Компания оказывает содействие в решении вопросов невысокой доступности здравоохранения в отдаленных северных районах: активно финансируется проведение ремонтных работ и приобретение медицинского оборудования для районных больниц и фельдшерско-акушерских пунктов в отдаленных селах. Помощь также оказывается в целях содействия развитию народных промыслов, а также занятости коренного населения, социальной поддержке детей, проживающих в труднодоступных селах.

Структура расходов на благотворительность в 2018 году, млн руб.

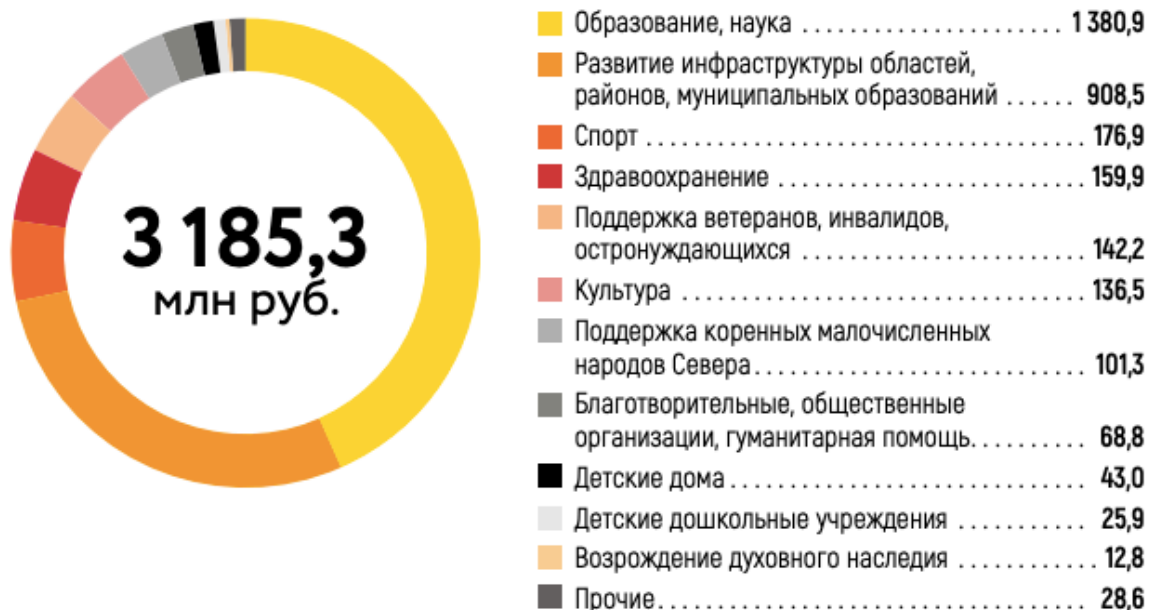


Рис.8. Источник:

https://www.rosneft.ru/upload/site1/document_file/Rosneft_CSR18_RU_Book.pdf

Деятельность Компании в части внутренней социальной ответственности всего включает:

улучшение социально-бытовых условий на производстве, в том числе в удаленных регионах при ведении деятельности в сложных климатических условиях

корпоративную пенсионную программу и проект социальной поддержки ветеранов

систему охраны здоровья персонала, поддержку и продвижение здорового образа жизни

комплексную жилищную программу, включая корпоративную ипотеку

организацию экстренной медицинской помощи на объектах Компании

программы страхования

В 2017 году, который был объявлен «Годом экологии» Роснефть приняла на себя обязательства к 2022 г войти в первую четверть списка мировых нефтегазовых компаний по основным показателям в этой области и внедрила Стратегию «Роснефть-2022».

Однако уже к 2018 году Стратегия ПАО «НК «Роснефть» до 2020 года была скорректирована и дополнена важными социальными инициативами, задавшими новый вектор развития социальной политики Компании. В частности, в Стратегию «Роснефть – 2022» включены три новые стратегические инициативы в социальной сфере. В их число вошли следующие программы.

- «Социальная медицина». Включает в себя расширение сети промышленных здравпунктов, развитие телемедицинских технологий, внедрение качественно новой программы диспансеризации.
- «Активное долголетие». Подразумевает проведение регулярных индексаций корпоративных пенсий за счет инвестиционного дохода пенсионного фонда Компании.
- «Доступное жилье». Предоставит возможность работникам улучшить жилищные условия за счет льготных целевых беспроцентных займов Компании и снижения банками-партнерами процентных ставок по ипотеке.

В 2018 году ПАО «НК «Роснефть» продолжило системную работу, направленную на создание достойных условий труда на производственных и бытовых объектах Компании. При ведении деятельности в удаленных регионах, в сложных климатических условиях ПАО «НК «Роснефть» обеспечивает достойные условия труда и отдыха. В Компании установлены единые стандарты проектирования, строительства и эксплуатации вахтовых поселков, обустройства опорных баз бригад, участков, цехов. В 2018 году проведен ряд проверок поставщиков услуг, обеспечивающих питание,

проживание и комплексное сервисное обслуживание в вахтовых поселках Компании. Также в отчетном периоде велась активная работа по улучшению жилищных условий для буровых бригад.

В 2018 году компания продолжила реализацию комплекса мероприятий в области охраны здоровья персонала, направленных на обеспечение работников своевременным и качественным медицинским обслуживанием, организацию оздоровления и санаторно-курортного лечения, профилактику заболеваний и пропаганду здорового образа жизни. Расходы компании на охрану здоровья персонала, включая программы добровольного медицинского страхования, за 2018 году составили свыше 4 млрд руб.

Далее, хотелось бы более подробно рассмотреть, как в компании происходит развитие системы медицинского обеспечения и оказания экстренной медицинской помощи сотрудникам. В Компании успешно реализуются единые стандарты медицинского обеспечения, экстренной медицинской помощи и эвакуации на производственных объектах. В 2018 году в рамках утвержденной Советом директоров Компании Стратегии «Роснефть – 2022» начата реализация следующих целевых программ:

- организация корпоративной телемедицинской сети, которая объединяет здравпункты удаленных производственных объектов и крупные региональные консультативные центры, что позволит повысить качество и доступность медицинской помощи в труднодоступных регионах присутствия Компании;
- проведение диспансеризации работников Компании, направленной на раннее выявление заболеваний;
- оснащение здравпунктов современным учебно-тренировочным оборудованием для отработки навыков оказания экстренной медицинской помощи.

В настоящее время, во всех здравпунктах Компании имеется современное медицинское оборудование для оказания догоспитальной медицинской помощи. Должное внимание уделяется повышению квалификации медицинского персонала и проведению крупномасштабных медицинских учений, в ходе которых отрабатываются навыки оказания экстренной медицинской помощи, в том числе с привлечением санитарно-авиационной эвакуации.

С целью совершенствования системы медицинского обеспечения и оказания экстренной медицинской помощи на отдаленных производственных объектах в Компании с 2015 года действует экспертный совет по промышленной медицине, в состав которого входят врачи – организаторы промышленной медицины в Обществах Группы. Важнейшим достижением работы Совета стало проведение комплексных аудитов системы медицинского обеспечения и организации экстренной медицинской помощи на базе всех здравпунктов Компании.

Без должного внимания не остался и многопрофильный медицинский центр в Геленджике. В феврале 2018 года в Геленджике состоялось открытие многопрофильного медицинского центра. Центр построен ПАО «НК «Роснефть» в сотрудничестве с Международным медицинским центром «СОГАЗ» в рамках программы развития инфраструктуры города-курорта. Новый медицинский центр – это высокотехнологичная современная многопрофильная клиника, которая значительно повысит уровень медицинского обслуживания в Краснодарском крае. В клинике установлено самое современное медицинское оборудование: первый в России аппарат для глубинного изучения артерий и вен, магнитно-резонансный и компьютерный томографы экспертного класса, иммунохимический анализатор. Наличие телемедицинского оборудования позволяет проводить сложные высокотехнологичные операции под руководством ведущих российских специалистов.

В 2018 году пациентам оказано более 83 тыс. медицинских услуг, проведены 573 хирургические операции, в том числе 172 высокотехнологичные. На базе центра проведены три международные научно-практические конференции и ряд мастер-классов для хирургов по актуальным вопросам оказания хирургической помощи.

Профилактика заболеваний. Важным направлением работы в области развития промышленной медицины в Компании является профилактика заболеваний. С 2017 года в Компании успешно реализуется Программа профилактики сердечно-сосудистых заболеваний работников Обществ Группы, целью которой является сохранение профессионального долголетия, снижение рисков временной нетрудоспособности, инвалидности и ранней смертности. В 2018 году в Программе приняли участие более 100 тыс. работников из 140 Обществ Группы. В ходе профилактической работы также проведена массовая вакцинация работников Компании против гриппа, в которой приняли участие 48 тыс. работников из 161 Общества Группы.

Санаторно-курортное лечение. Важнейшим элементом социальной защиты работников, членов их семей и пенсионеров – ветеранов труда является санаторно-курортное, реабилитационно-восстановительное лечение и оздоровление, направленное на сохранение профессионального долголетия работников и профилактику заболеваемости. Всего в 2018 году в Компании оздоровлено более 78 тыс. работников и членов их семей в здравницах Краснодарского края, курортов Белокурихи, Республики Башкортостан и других регионов России. Продолжена реализация Программы отдыха и оздоровления работников на Кубе. За 2018 год на кубинских курортах отдохнули и оздоровились 2,4 тыс. человек. За весь период сотрудничества с декабря 2013 года на Кубе укрепили свое здоровье более 10 тыс. работников и членов их семей.

Программы личного страхования. Неотъемлемой частью социального пакета сотрудников ПАО «НК «Роснефть» являются программы личного

страхования работников: добровольное медицинское страхование (ДМС) и добровольное страхование от несчастных случаев. Программами личного страхования в отчетном году были охвачены более 300 тыс. работников Обществ Группы и Аппарата управления Компании.

Приоритетным направлением в части ДМС по-прежнему остается расширение перечня лечебно-профилактических учреждений для оказания медицинских услуг работникам, в том числе за счет привлечения высокотехнологичных, многопрофильных клиник, оснащенных современным оборудованием, приближение медицинской помощи к месту жительства работников, а также повышение качества медицинских услуг, оказываемых работникам.

Заключенные Обществами Группы договоры добровольного страхования от несчастных случаев надежно обеспечивают работников круглосуточной защитой на случай полной/частичной утраты трудоспособности и, как следствие, потери дохода. Условия страхования предполагают получение страхового возмещения семьей работника в случае его гибели в результате несчастного случая. В 2018 году 38 Обществ Группы существенно увеличили индивидуальные страховые суммы, в пределах которых может осуществляться выплата страхового возмещения работникам или членам их семей.

Пропаганда здорового образа жизни и поддержка спорта. В течение многих лет ПАО «НК «Роснефть» проводит масштабную работу по развитию спорта и пропаганде здорового образа жизни как среди населения в регионах своей деятельности, так и среди сотрудников Компании. Ежегодно проводимые летние и зимние спартакиады являются важной частью деятельности Компании в этом направлении. Участие в корпоративных спортивных мероприятиях способствует развитию спортивного движения в Компании и дает возможность сотрудникам продемонстрировать спортивные достижения.

Программа развития культуры здорового образа жизни «ЖИВИТЕ ДОЛЬШЕ!». В 2018 году успешно продолжалась реализация уникальной в своем роде Программы развития культуры здорового образа жизни «ЖИВИТЕ ДОЛЬШЕ!». В рамках Программы Компания положительно влияет на снижение заболеваемости, популяризирует здоровый образ жизни среди сотрудников, а также массово вовлекает сотрудников разных возрастов и физической подготовки в спортивные мероприятия. Успех программы «ЖИВИТЕ ДОЛЬШЕ!» в 2018 году подтвержден победой в ежегодной Национальной программе в области поддержки спорта и здорового образа жизни «Спорт и Россия» в номинации «Лучшая корпоративная программа развития здорового образа жизни персонала Компании». Также, в 2018 году в рамках Программы были реализованы следующие мероприятия:

- оказана поддержка корпоративных спортивных клубов ПАО «НК «Роснефть»: бегового, физкультурно-спортивного комплекса «Готов к труду и обороне» (ГТО), кроссфита, скандинавской ходьбы, триатлона и беговых лыж;
- организовано участие сотрудников Компании в ряде крупных спортивных мероприятий, в том числе в лыжной гонке «Спорт во благо», фестивале «Готов к труду и обороне» среди трудовых коллективов в г. Сочи, международном соревновании по триатлону IRONSTAR, Московском марафоне;
- проведены крупные семейные мероприятия, в том числе спортивное мероприятие – зимний праздник в Ледовом дворце ЦСКА совместно с хоккейным клубом ЦСКА, корпоративное мероприятие «Безопасность в большом городе» для сотрудников «Роснефти» и членов их семей, первое в России корпоративное соревнование по триатлону для сотрудников Компании.

Реализация комплексной жилищной программы – один из приоритетов корпоративной социальной политики ПАО «НК «Роснефть». Программа дает возможность Компании осуществить продолжительное сотрудничество с высококвалифицированными и ценными работниками за счет льготного ипотечного кредитования и предоставления служебных квартир. В 2018 году 886 семей сотрудников улучшили жилищные условия в рамках Программы ипотечного кредитования. К концу года ставка по корпоративной ипотеке составила 9 % годовых. Кроме этого, жилищный вопрос иногородних специалистов решается путем использования фонда служебного жилья, который составляет более 1,5 тыс. квартир в регионах присутствия Компании.

Корпоративное пенсионное обеспечение и социальная поддержка ветеранов. Реализуемая негосударственным пенсионным фондом (НПФ) «НЕФТЕГАРАНТ» корпоративная пенсионная программа ПАО «НК «Роснефть» позволяет работникам помимо страховой и накопительной пенсии сформировать дополнительные негосударственные пенсии:

- **Корпоративная пенсия** - негосударственная пенсия, сформированная за счет перечисленных в негосударственный пенсионный фонд в рамках заключенных корпоративных пенсионных договоров средств ПАО «НК «Роснефть» или Обществ Группы в виде регулярных пенсионных взносов и начисленного негосударственным пенсионным фондом дохода от размещения пенсионных резервов.
- **Индивидуальная пенсия** – дополнительная негосударственная пенсия, добровольно сформированная в негосударственном пенсионном фонде за счет личных средств работника ПАО «НК «Роснефть» или Общества Группы и начисленного негосударственным пенсионным фондом дохода.

Индивидуальное пенсионное обеспечение (ИПО). Договор ИПО – соглашение между Фондом и работником, в соответствии с которым работник обязуется уплачивать пенсионные взносы в НПФ «НЕФТЕГАРАНТ», а Фонд обязуется выплачивать индивидуальную пенсию этому работнику. Наличие договора ИПО, в соответствии со Стандартом о НПО, позволяет не только получать дополнительную индивидуальную пенсию, но и увеличивает размер корпоративной пенсии.

Негосударственное пенсионное обеспечение ветеранов. Для повышения уровня социального обеспечения работников, вышедших на пенсию до момента создания единой корпоративной пенсионной системы, реализуется проект социальной поддержки ветеранов. Ежегодно количество Обществ Группы, участвующих в данном проекте, растет. Своей задачей Фонд видит постоянное совершенствование пенсионного обеспечения и повышение социальной защищенности работников компании «Роснефть» при выходе на заслуженный отдых.

Молодежная политика компании. Компания «Роснефть» ориентирована на решение следующих ключевых задач:

- обеспечение формирования молодого внешнего кадрового резерва Компании из числа лучших выпускников школ, мотивированных к получению качественного профессионального образования и трудоустройству в Компанию;
- обеспечение притока в Компанию необходимого количества перспективных молодых специалистов из числа лучших выпускников вузов с уровнем подготовки, соответствующим требованиям бизнеса Компании;
- обеспечение эффективной работы молодых специалистов посредством ускорения их адаптации, развития профессионально-технических, корпоративных и управленческих компетенций, вовлечения молодых

специалистов в инновационную, научно-исследовательскую и проектную деятельность;

- обеспечение поддержки государственной политики в сфере профессионального образования.

Эффективно решать поставленные задачи позволяет действующая в Компании корпоративная система непрерывного образования «Школа – вуз – предприятие». Формирование внешнего кадрового резерва начинается в старших классах общеобразовательных организаций. В лучших школах в регионах присутствия Компании осуществляют свою деятельность 10-е и 11-е «Роснефть-классы», открытые при поддержке Общества Группы. В настоящее время в 56 городах и поселках РФ (26 регионов), созданы и действуют 117 «Роснефть-классов» в 62 школах, в них обучаются 2 762 учащихся.

Работа по формированию внешнего кадрового резерва продолжается в высших учебных заведениях. ПАО «НК «Роснефть» и Общества Группы сотрудничают на основе долгосрочных комплексных соглашений взаимодействие с 60 российскими и зарубежными вузами в большинстве регионов присутствия Компании. Из них 24 – вузы-партнеры ПАО «НК «Роснефть».

Компания проводит системную работу со студентами вузов-партнеров и профильных региональных вузов, обеспечивая привлечение, отбор и мотивацию лучших из них для трудоустройства на предприятия «Роснефти». Ежегодно Компания организует, проводит, а также принимает участие в профориентационно-имиджевых мероприятиях для студенческой молодежи. Наиболее эффективной формой привлечения студентов на практики и трудоустройство в Компанию являются «Дни «Роснефти» и участие в вузовских ярмарках вакансий. Треть студентов, прошедших практику, после окончания вузов трудоустраиваются в Компанию с присвоением статуса

молодого специалиста. За каждым из них закрепляется наставник из числа опытных работников.

В Обществах Группы Компании работают около 4000 молодых специалистов. Работа с молодыми специалистами – один из приоритетов кадровой политики Компании, включает в себя адаптацию на предприятии, вовлечение молодых специалистов в инновационную, научно-исследовательскую и проектную деятельность, обучение молодых специалистов с целью развития их профессионально-технических, корпоративных, управленческих компетенций, выявление и развитие молодых специалистов с лидерским потенциалом. К концу 3-го года работы по результатам деловых оценочных игр и модульного обучения лучшие молодые специалисты получают рекомендацию по включению в кадровый резерв Обществ группы.

В Обществах Группы работают Советы молодых специалистов. Основными функциями Советов являются содействие адаптации молодых специалистов, представление интересов молодых специалистов перед руководством, помощь молодым специалистам в решении социальных проблем, участие совместно с кадровыми службами Обществ Группы в проведении профориентационной работы с «Роснефть-классами» и в работе с высшими и средними профессиональными учебными заведениями, а также участие в подготовке и проведении научно-технических конференций и мероприятий, направленных на развитие профессионально-технических, корпоративных компетенций молодых специалистов.

Выводы по 2 главе:

В данной главе был произведен сравнительный анализ зарубежных и российских нефтегазовых компаний, занимающие лидирующие позиции в мировых рейтингах нефтегазодобычи: «Saudi Aramco», «Exxonmobil», «Shell», ПАО «Газпром», ПАО «Лукойл», ПАО «НК «Роснефть». Контент-анализ данных организаций был осуществлен на базе годовых отчетов, размещенных на их официальном сайте. В целом, в зарубежных компаниях в равной степени уделяется внимание благотворительности и спонсорству. Однако, в компании Саудовской Аравии в рамках реализации КСО, в отличие от других указанных организаций, в большей степени присутствует помощь малому бизнесу, новым компаниям и молодым предпринимателям. В Американской компании, «Exxonmobil», акцент сделан на содействие в успешной карьере: выходцев из Азии, афроамериканских и латиноамериканцев сотрудников, а также, поддержке интересов женщин. То есть, организация придерживается принципа уважения, интеграции и национально-культурного многообразия сотрудников. Европейские нефтегазовые компании, такие как «Shell» активно инвестируют в добровольные социальные инвестиции, помогают местным общинам, оказывают помощь при бедствиях, способствуют безопасности дорожного движения, содействуют здравоохранению и биоразнообразию. В Российских компаниях преобладают вложения: в науку и образование, спорт и здравоохранение, помощь детям, возрождение духовного наследия, а также, присутствует поддержка коренных малочисленных народов Севера, так как основная часть нефтегазопроводов проходят по данным территориям. Как можно видеть, программы КСО, в разных странах и компаниях имеет индивидуальный характер, но такой аспект как программы стажировок для молодых специалистов присутствуют практически во всех рассмотренных организациях.

Глава 3. Исследование корпоративной социальной ответственности на примере ООО «Газпром Экспорт»

3.1. Общая характеристика компании

ООО «Газпром экспорт» – это стопроцентное дочернее предприятие ПАО «Газпром», одна из наиболее успешных и передовых российских компаний, занимающаяся экспортом газа и продуктов нефтегазохимии на рынок Европы. Она своего рода комиссионер, то есть получает комиссию за реализацию экспортных услуг, а ПАО «Газпром», таким образом, получает за это вырочку. Компания образована в 1973 году, как всесоюзное объединение, а затем, из бывшего министерства энергетики трансформировалась в коммерческую организацию – ООО «Газпром Экспорт» (далее Общество). От работы компании во многом зависит наполнение доходной части российского бюджета и энергетическая безопасность Европы.

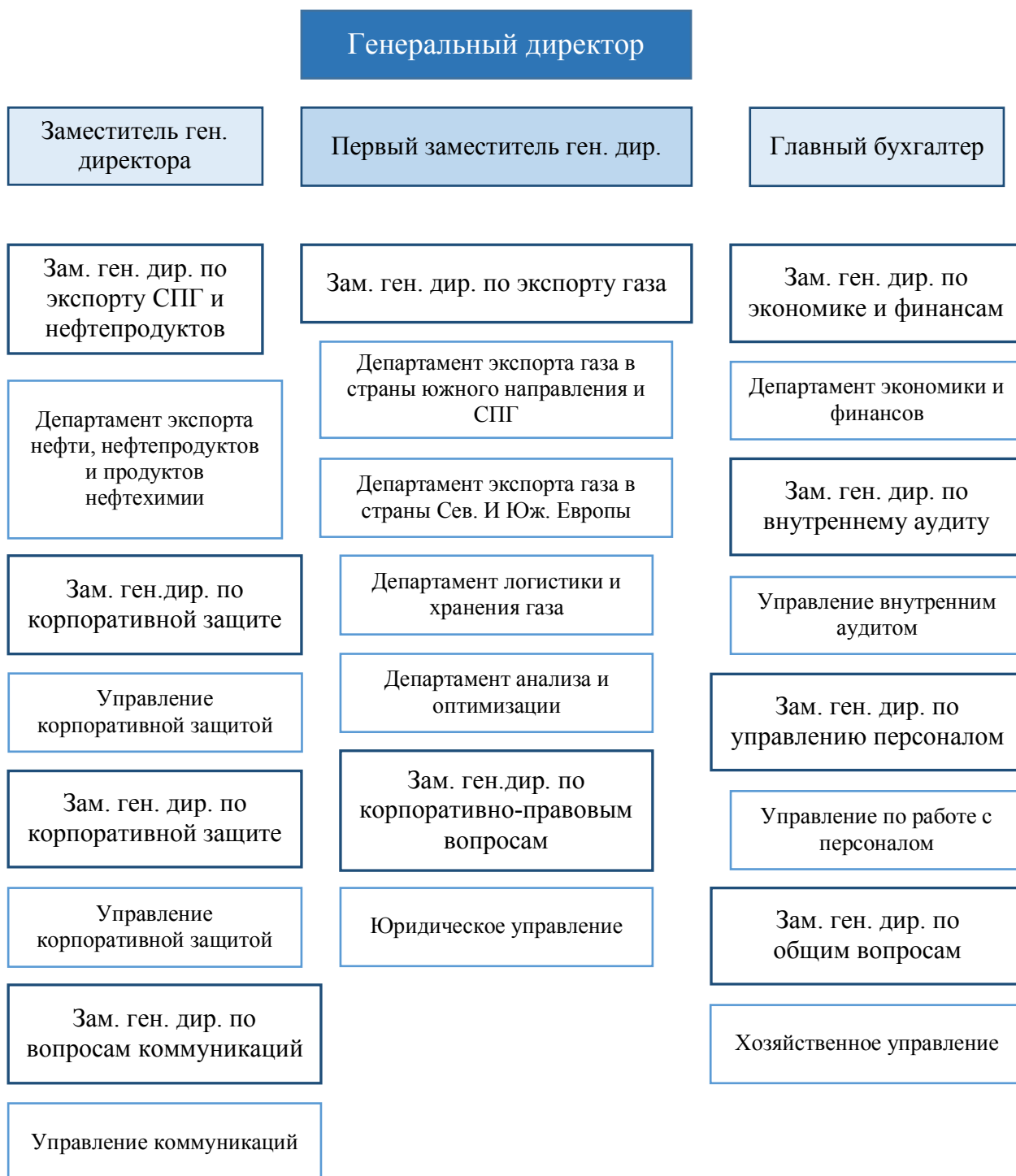
Общество: «Поставляет «голубое топливо» более чем в 20 стран,; Реализует на экспорт газовый конденсат, нефть, нефтепродукты, сжиженные углеводородные газы и другую продукцию нефтегазовой и нефтехимической промышленности; Проводит маркетинг газа на новых рынках, оптимизацию экспортных потоков; Осуществляет анализ и прогнозирование конъюнктуры газового рынка; Участвует в разработке и реализации инвестиционных газовых и газотеплоэнергетических проектов Группы Газпром в России и за рубежом»²¹.

Всего в компании работает порядка 2000 человек, около 560 располагаются в центральном офисе в Санкт-Петербурге, остальные же в Европе, в дочерних обществах.

²¹ Официальная корпоративная брошюра ООО «Газпром Экспорт» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.gazpromexport.com/files/ge_ru_2018588.pdf

Что касается ценностей, то компания придерживается принципов социальной ответственности за результаты своей работы, а также вносит посильный вклад в развитие газовой промышленности и экономики России.

В компании существует следующая **организационная структура**:



Благотворительность и спонсорство – неотъемлемая составляющая деятельности «Газпром экспорт». Ежегодно на основе качественного и долгосрочного развития диалога между обществом и бизнесом, осуществляется поддержка разнообразных социальных, культурных, спортивных, образовательных и прочих проектов.

Одним из наиболее важных направлений благотворительной деятельности Общества является работа с детскими социальными учреждениями и организациями по осуществлению долгосрочных проектов помощи детям с ограниченными возможностями. Такие проекты направлены на вовлечение детей в различные адаптационные программы, что позволяет им получить новые социальные навыки. Этим облегчается процесс интеграции в полноценную детскую и, в дальнейшем, – взрослую жизнь.

На протяжении многих лет «Газпром экспорт» сотрудничает с благотворительной организацией АНО «Дом будущего». В 2018 г. одним из основных результатов активной работы стала реализация целого ряда социальных проектов, направленных на поддержку программ по реабилитации и интеграции детей, страдающих ДЦП и иными заболеваниями, детей-сирот и оставшихся без попечения родителей. Помимо организации и проведения детских социально-досуговых и образовательно-просветительских мероприятий была оказана помощь по оснащению учебно-развивающим оборудованием и благоустройству специализированным учреждений для детей с ограниченными возможностями.

Также в 2018 г. в рамках сотрудничества «Газпром экспорт» с благотворительным объединением МАОО «МАСК» состоялся целый ряд выездных образовательных мероприятий для детей из социальных учреждений и реабилитационных центров.

Дальнейшее развитие получила долгосрочная программа социальной адаптации «Я учусь у тебя», которая на протяжении более чем 10 лет осуществляется в интернатных учреждениях г. Смоленска и Смоленской области при активной поддержке «Газпром экспорт». Эта уникальная

программа предусматривает работу в двух направлениях: подготовка детей к самостоятельной жизни после выпуска из интернатных учреждений, а также дальнейшее сопровождение в первый год после выпуска – «Клуб выпускников «Я учусь у тебя». Аналогичный проект – «Программа сопровождения выпускников» – также успешно реализуется в Центре помощи детям, оставшимся без попечения родителей, расположенном в Костромской области.

В 2018 г. Общество сотрудничало с рядом благотворительных фондов. Была оказана поддержка программе «Помощь семье», реализуемой Благотворительным фондом «Жизнь как чудо», который помогает детям с тяжелыми заболеваниями печени. В рамках этой программы фонд закупает необходимые лекарственные препараты, оплачивает медицинские обследования, операции и реабилитацию. Кроме того, поддержка была оказана Благотворительному фонду «АдВита», помогающему взрослым и детям с онкологическими заболеваниями, и Благотворительному фонду «Детская больница» при крупнейшем в России Ожоговом центре. В рамках этого сотрудничества были закуплены лекарства и необходимое оборудование в профильные медицинские учреждения.

Особое место среди социальных программ занимает Международный детский проект «Открытый мир», который на протяжении многих лет успешно реализуется в Австрии и Германии. Этот интеграционный проект ставит своей главной целью развитие потенциала и коммуникативных навыков творчески одаренных детей, в том числе детей из социально незащищенных групп. Также большое внимание уделяется расширению и укреплению культурных связей и установлению новых контактов между детьми из России и европейских стран. Проект разработан и осуществляется «Газпром экспорт» совместно с австрийским социальным фондом «Энергия для жизни». В рамках этого сотрудничества в 2018 г. состоялась Международная летняя академия искусств «Energy for life» в Австрии, участниками которой стали дети из России, стран Европы и СНГ. Новый виток развития получил проект

«International Kids Media House» – Международный детский медиа-дом. Главной целью этого проекта является создание оригинальной формы креативного пространства для общения, совместного творчества и реализации своих способностей детей и подростков из различных стран, владеющих основами журналистики или имеющих желание заниматься этой профессией. К образовательному процессу привлекаются профессиональные журналисты, операторы, режиссеры из России, Австрии, Германии и других европейских стран. Также в 2018 г. порядка 100 детей – исполнителей и участников хореографических и инструментальных ансамблей из России – стали участниками специальной программы «Открытый мир» в Германии, где под руководством опытных педагогов они совместно подготовили творческие номера, которые впоследствии были представлены на итоговых концертах в Лейпциге.

В 2018 г. состоялся ряд мероприятий в рамках долгосрочной программы сотрудничества между Группой Газпром и австрийской компанией ОМФ АГ в рамках Меморандума о взаимопонимании в области реализации совместного культурного проекта. Летом в г. Вене и осенью в г. Санкт-Петербурге была представлена совместная выставка Государственного Эрмитажа и венского Художественно-исторического музея «Имперские столицы: Санкт-Петербург – Вена. Шедевры музейных коллекций», представившая 14 пар полотен из коллекций российского и австрийского музеев, объединенных авторством одного живописца, близостью сюжетов или композиционной общностью. Обе выставки были открыты в присутствии высшего руководства России и Австрии.

Традиционно состоялись два перекрестных новогодних детских социальных мероприятия – Благотворительный Рождественский бал для детей «Energy for life» во дворце Хофбург в г. Вене и Новогодний детский благотворительный бал в Николаевском дворце в г. Санкт-Петербурге. Особым украшением праздников стали балетные номера в исполнении воспитанников двух старейших мировых танцевальных школ —

петербургской Академии балета им. Вагановой и Академии балета Венской государственной оперы. В рамках мероприятия в Вене также состоялась передача пожертвования от попечителей проекта, Группы Газпром и компании ОМФ АГ, благотворительной организации «Каритас» на реализацию проекта «МОМО Киндерхоспиз» — создание мобильного детского хосписа, оказывающего многопрофильную помощь тяжело больным детям на дому.

В течение многих лет «Газпром экспорт» ведет активную деятельность по продвижению лучших образцов российского искусства за рубежом. В 2018 г. Общество оказало поддержку гастролям московского Театра наций в г. Стамбуле в рамках Фестиваля «Золотая Маска». Публике был представлен спектакль «Гамлет/Коллаж». Проект «Золотая маска» в Стамбуле» предварил мероприятия перекрестного Года культуры «Россия – Турция», запланированного на 2019 год.

Одной из неотъемлемых составляющих деятельности «Газпром экспорт» в области спонсорства является поддержка спортивных проектов – хоккейных и футбольных команд, теннисных турниров, а также юношеских спортивных школ и студенческих команд. На протяжении более чем 10 лет компания является официальным спонсором хоккейного клуба «СКА». Из года в год «Газпром экспорт» активно участвует в разнообразных благотворительных и спонсорских проектах, доказывая, что социальная ответственность – неотъемлемая составляющая развития современной компании.

Помимо благотворительности и спонсорства, в компании существуют программы и для персонала. Так, к примеру, помимо основного оклада в компании есть квартальная премия и годовой бонус для сотрудников. Квартальная премия выплачивается из фонда заработной платы за реализацию стратегически важных проектов для компании. Предусмотрены выплаты на следующие праздники: день работника нефтегазовой промышленности, 23 февраля, 8 марта, день свадьбы. Имеется добровольное медицинское

страхование в организации – «СОГАЗ» и страхование от несчастных случаев. Для кандидатов из других городов предусмотрены программы релокации, они включают в себя: компенсацию на аренду жилья сроком на 2 года, расходы на риелтора и подъемные в виде одной заработной платы. Для всех сотрудников, на территории компании есть спортивный зал. Возможность бесплатно взять билеты на матч футбольной команды «Зенит», а также хоккейной команды «СКА». После трех лет работы в компании, предусмотрена компенсация на объектах отдыха «Газпрома»: горнолыжный курорт в Сочи.

Таким образом, можно сделать вывод, что компания уделяет большое внимание как внешней социальной ответственности, так и внутренней. Однако, самый главный аспект, на наш взгляд, это помощь именно молодежи, подготовка молодых специалистов, а именно программа стажировок для студентов вузов. Далее хотелось бы поподробнее рассмотреть именно этот аспект в корпоративной социальной ответственности данной компании, через оценку данных стажировок.

3.2. Исследование: «Анализ процесса организации стажировок для молодых специалистов в компании ООО «Газпром Экспорт», в качестве инструмента реализации КСО»

Всего в компании «Газпром Экспорт» (далее Общество) работает порядка 2000 человек, на территории головного офиса в Санкт-Петербурге находится около 560 сотрудников, а остальные находятся в Европе. В качестве еще одного фактора социальной ответственности своего бизнеса, компания «Газпром Экспорт», старается помочь молодым специалистам, студентам последних курсов, и ведет программу стажировок. Стажировка – это трудовая деятельность молодого специалиста по направлениям профессиональной подготовки с целью получения практического опыта работы. Стажировка в компании неоплачиваемая. Ее средняя продолжительности – 3 месяца. К студенту прикрепляется наставник – руководитель процесса стажировки, в роли наставника обычно выступает рядовой сотрудник компании, который в процессе старается передать свои знания, опыт молодому специалисту, а также оказывает психологическую поддержку. Среднее количество стажеров в отделе (кроме HR) – 1 человек. В следующие отделы периодически идет набор стажеров:

1. Управление внутреннего аудита;
2. Управление по работе с персоналом;
3. Управление рисками;
4. Департамент трейдинговых операций и аукционной торговли;
5. Бухгалтерия;
6. Департамент анализа и оптимизации;
7. Казначейство;
8. Отдел мониторинга деятельности дочерних компаний;
9. Управление корпоративных вопросов;
10. Управление коммуникаций.

После прохождения стажировки, молодому специалисту предоставляется возможность поучаствовать в **Конкурсе на получение именной стипендии**. Данный конкурс проводится 2 раза в год. Целью конкурса является, привлечение и отбор высокопотенциальных студентов, ориентированных на профессиональное развитие в газовой отрасли в рамках структуры Газпром экспорт. Единовременная именная стипендия, выплачиваемая студентам вузов при соблюдении следующих условий:

1. Прохождение практики в Обществе;
2. Подготовка Консультационного проекта, направленного на оптимизацию бизнес-процессов Общества, и его защита на Конкурсе;
3. Высокая оценка Консультационного Проекта Конкурсной комиссией и признание студента - практиканта Лауреатом I, II или III степени по итогу Конкурса.

Лауреату I степени выплачивается 7 МТС (минимальная тарифная ставка рабочих дочерних обществ, организаций и филиалов ПАО «Газпром», равна 11780 руб.) II степени - 3 МТС. III степени – 2 МТС.

Объектом данного исследования являются студенты последних курсов (от 3 курса и выше), проходившие стажировку в компании «Газпром Экспорт».

Предметом выступает сам процесс стажировки.

Цель исследования. Проанализировать процесс прохождения стажировок студентами, выявить его слабые и сильные стороны.

Задачи исследования:

- 1) Уточнить мотивацию студентов проходить практику/стажировку во время обучения в университете;
- 2) Узнать ожидания молодых специалистов от процесса стажировки в компании «Газпром Экспорт»;

- 3) Дать оценку ежегодному конкурсу на именную стипендию Общества на основании мнения участвующих в нем студентов;
- 4) Выявить удовлетворенность процессом прохождения практики молодыми специалистами, а также ее результатами.

Гипотезы исследования:

1. Практики стажировок для молодых специалистов в компании «Газпром Экспорт» существуют относительно недавно, данный процесс строго не унифицирован, и требует определенных корректировок.
2. У наставников нет четкого плана прохождения стажировки студентами, нет структуры постановки задач, вследствие чего существует определенное недопонимание со стороны студентов, так и со стороны наставников, нет ясности конечных результатов практики;
3. Стажеров нанимают или для выполнения рутинной работы (ведения архива, обработка документации), или жестко ограничивают круг обязанностей, что приводит к отсутствию новой информации и неосведомлённости о каких-либо процессах.

Методы исследования.

В качестве метода сбора информации был выбран метод экспертного интервью с студентами вузов, которые проходили или проходят практику в компании «Газпром Экспорт». Выбор данного метода обусловлен тем, что молодые специалисты, проходящие практику, являются важным элементом реализуемых компаниями инициатив в области корпоративной социальной ответственности. При этом они могут предоставить независимый взгляд на эффективность проектов, критично оценить существующую ситуацию. В качестве респондентов будут выбраны стажеры, которые проходили практику в компании, и у которых уже сложилось определенное мнение, касательно данного процесса. Выбор респондентов осуществлялся по методу доступных случаев. Метод интервью для данного исследования был выбран, так как он

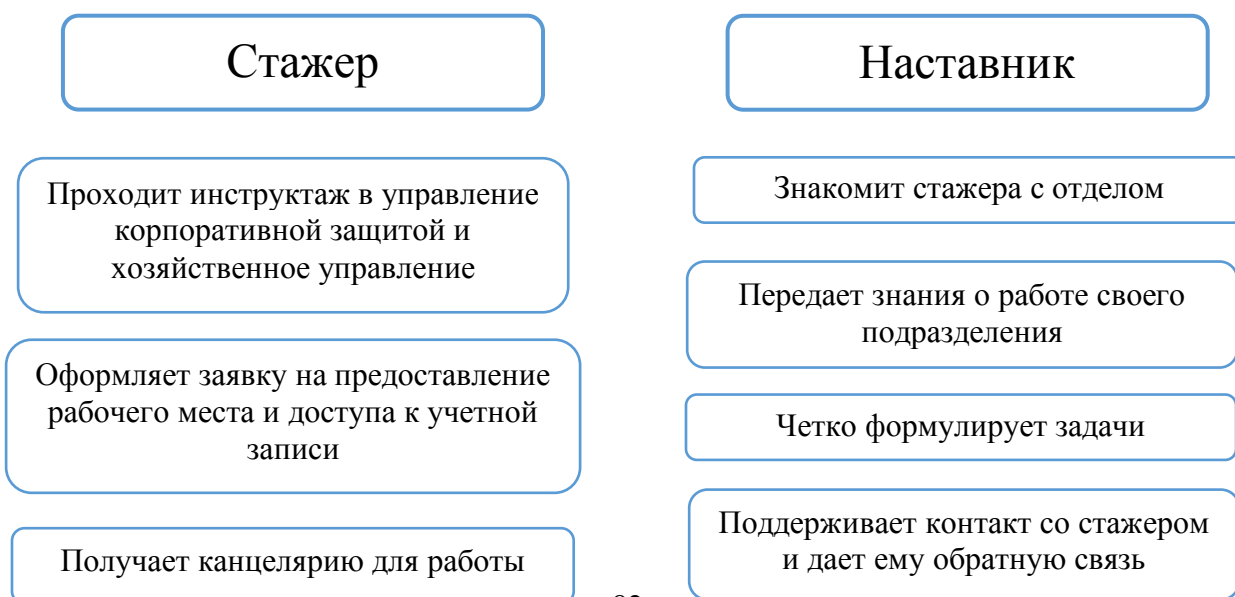
позволяет получить развернутое и обоснованное мнение респондента о стажировке в компании, полученное в процессе ее прохождения. Также он позволяет не следовать строго плану, а, в случае необходимости, уточнить важные моменты и задать дополнительные вопросы для лучшего понимания ситуации.

3.3. Анализ результатов исследования

Для исследования корпоративной социальной ответственности ООО «Газпром Экспорт» нами был произведен тщательный анализ и был подобран объективный подход. С помощью таких методов как контент-анализ и экспертное интервью, нами было произведено качественное социологическое исследование «Анализ процесса организации стажировок для молодых специалистов в компании «Газпром Экспорт». В роли экспертов выступали студенты разных вузов, которые проходят или уже завершили практику в компании. Всего в исследовании приняли участие 20 молодых специалиста (См. Прил. 2). Студенты из таких вузов как:

1. СПбГУ;
2. НИУ ВШЭ;
3. СПбГЭУ;
4. Горный университет;
5. ПГУПС Императора Александра I;
6. Политехнический университет Петра Великого.

Весь период стажировки можно представить в виде процесса:



Конец стажировки

Подведение итогов работы

Возможность участия в конкурсе на
именную стипендию

Отзыв о прохождении стажировки

Виды задач для стажеров:

Аналитические	Расчетные
<ul style="list-style-type: none">• Анализ рынка (например газового, трудового)• Анализ отчетов• Изучение уставов, законодательств и положений• Прогнозирование рынков• Решение моделированных ситуаций, кейсов• Аналитика бизнес-процессов• Оценка рисков	<ul style="list-style-type: none">• Работа в Excel (систематизация данных, расчеты показателей, составление карт и матриц)• Работа с финансовыми моделями• Построение графиков• Проверка данных для ввода• Расчет и идентификация рисков
Презинтационные	Административные
<ul style="list-style-type: none">• Подготовка проектов и презентаций• Поиск информации по запросу• Создание анонсов мероприятий, новостей• Внутрикorporативные рассылки	<ul style="list-style-type: none">• Подготовка типовых деловых писем• Подготовка типовых кратких официальных ответов• Вычитка текстов (грамматика, пунктуация)• Оформление отчетов• Написание служебных записок• Работа с корреспонденцией и документацией• Работа с архивами и архивацией• Переводы материалов

Первым этапом необходимо было уточнить, на каком курсе в основном ребята проходят стажировку.



Рис. 9.

Далее, респондентам был задан вопрос, а для чего в целом они идут на этот шаг, почему самостоятельно ищут практику во время учебы в университете. Во основном были даны следующие ответы:

- Необходимо было закрыть практику в университете;
- Получить реальный опыт, после которого можно найти достойную работу;
- Возможность обучения и развития, помимо знаний, полученных в университете.

«Я понимала, что стажировки – это хороший шанс получить опыт работы и в самом идеальном случае зарекомендовать себя и остаться в компании, ну или просто пойти дальше куда угодно работать по направлению стажировки, потому что это реальный опыт» (Настя, 21 год).

Далее нам было интересно, почему для стажировки студенты выбрали именно компанию «Газпром Экспорт» и что повлияло на их выбор. В основном мы получили следующие ответы:

1. Имидж компании, ее место на рынке, известность и репутация;
2. Нашел в поиске по стажировкам на сайте hh.ru;
3. Сотрудничество ВУЗа и компании «Газпром Экспорт»
4. Мечтал(а) работать в «Газпроме»
5. Реклама в ВУЗе;
6. Отзывы от студентов, которые уже проходили практику в данной компании;
7. Удобное расположение с ВУЗом/домом;
8. Реклама в социальных сетях.

«По ночам у меня есть хобби, откликаться на hh, на все подряд что вижу. Мне позвонили из Газпрома, я подумала: Ой, прикольно, схожу туда». У меня не было какой-то цели попасть в «Газпром» или куда-то, я просто хотела попасть на стажировку, и так вот случилось, что позвонили, пригласили» (Настя, 21 год).

«Я пыталась первые два года подрабатывать в различных местах чтобы подработать. Также пробовала устроиться по своей специальности, я пошла в партию, побыла там какое-то время, поняла, что это немножко не мое. Решила попробовать свои силы в хорошей компании с именем и хорошим статусом. Мне было это интересно. И вот я на hh искала и откликнулась. Мне даже было без разницы на какую позицию идти» (Алла, 21 год).

Что касается ожиданий, которые студенты хотели получить после прохождения практики, то почти все отметили реальный опыт, который поможет найти работу после университета, возможность на дальнейшее трудоустройство в компанию, где проходила практика или другие дочерние Общества, также полезные знакомства.

«Моя стажировка было в управлении по работе с персоналом. И, когда я шла на стажировку, думала, что буду только отбирать резюме и звонить кандидатам, однако буквально через неделю мне уже доверили одной вести полноценное очное собеседование с руководителями отделов. Я как бы была в роли полноценного сотрудника» (Алёна, 24 года).

Что касается оплаты, а стажировка была неоплачиваемая, то почти всем стажерам не было принципиально важно о наличии финансовой составляющей, однако в пожеланиях они отметили, что было бы здорово иметь хотя бы минимальный оклад, для большей мотивации.

«Я изначально знала, что стажировка неоплачиваемая, у них это написано. Мне это было не принципиально, потому что я обучалась на тот момент, то есть, жила в общежитии, и пока я студент, пока у меня нет потребности острой в деньгах, чтобы жить самостоятельно, снимать квартиру и так далее, мне было без разницы, бесплатно, это – опыт» (Настя, 21 год).

«Во время стажировки я подрабатывала, у меня было две работы. Я была готова бесплатно стажироваться, потому что было много других вещей, которые мне там нравились» (Алла, 21 год).

Стажером было предложено оценить взаимодействие с их наставником по 10 балльной шкале, и большинство оценили его на максимальный балл. 10 баллов – 13 человек. Остальным же, немного не хватило внимания, в связи с ситуации в стране, вызванной эпидемией вирусной инфекции, последующим режимом самоизоляции, и в следствии чего, вынужденной удаленной работы: 9 баллов – 1 человек, 8 баллов – 6 человека.

«Свое взаимодействие с наставником я оцениваю на 9 баллов. Мне не хватило немного самостоятельности, свободы в каких-то моментах. Серьёзности каких-то заданий, мне казалось, что я делаю не очень важную работу. Но, когда я пожаловаться на это, наставник мне дал такие задачи, но это было уже в конце. У меня остались очень хорошие впечатления» (Алла, 21 год).

«Мне кажется, самое яркое впечатление от стажировки – это мой наставник Игорь, потому что попасть к такому человеку это наивысшая удача, потому что ты не только взаимодействуешь с ним в формате, как с начальником, но еще он очень много вкладывает в тебя, как в человека, очень много часов он проводил со мной, когда мне что-то рассказывал как психолог. То есть, реально он мне дал безумно много советов жизненных и в принципе, очень сильно помог» (Настя, 21 год).

К сожалению, большинство ребят, не приняли участие в ежегодном конкурсе на именную стипендию Общества. В конкурсе приняли участие только 8 человек, которые отметили несправедливость участия в одном конкурсе, ребят из разных департаментов. От них поступили следующие предложения: утвердить критерии оценки, разделить гуманитарные и математические направления или увеличить количество победителей в конкурсе.

«Когда мы участвовали в конкурсе на именную стипендию, когда пихают в один конкурс всех сразу, вот это было действительно неприятно», это надо дорабатывать» (Настя, 21 год).

«Я заняла третье место на конкурсе. С одной стороны, не справедливо, что участвуют ребята с разных направлений. Так как, например, студент с экономического или финансового отдела, естественно он больше пользы принесет со своим проектом. Первое место было обеспечено, уже заранее человеку из финансового отдела и занимался расчетами. Это все знали. Но, с другой стороны, мы почти все одного года, и мы все в равных условиях» (Алла, 21 год).

Что касается отрицательных моментов, с которыми стажеры столкнулись в процессе своей работы, то они были не у всех, половина опрошенных отметила, что все прошло отлично. Однако, были студенты, у которых были проблемы с:

- Процессом оформления на стажировку, его длительность, от первого собеседования до выхода на стажировку;

- Коммуникацией с наставником, отсутствием обратной связи от него;
- Недостатком свободных мест за компьютером или рабочим столом;
- Большим количеством рутинной, бумажной работы, монотонностью задач;
- Отсутствием гайда для новичков
- Консервативностью и бюрократии компании в некоторых процессах;
- Недоступностью реального «офисного опыта» из-за вынужденной удаленной работы.

Были и вовсе негативные отзывы после стажировки: *«У меня нет хвалебных од в сторону Газпрома, который на деле не вовсе не работодатель мечты, как все его называют. Компания пустышка. Считается, что там рай и все гребут деньги лопатой. А на деле вовлечённости 0%, корпоративная культура не развита, всем плевать на окружающих. Лишь бы отработать и свалить домой» (Арина, 20 лет).*

После прохождения стажировки студенты получили:

- Полезный опыт;
- Новые знакомства;
- Рекомендации на дальнейшее трудоустройство в сторонние организации;
- Предложения о работе в других компаниях;
- Трудоустройство в данную компанию, где проходила стажировка;
- Трудоустройство в дочернюю компанию Общества;
- Победу в конкурсе на именную стипендию Общества.

«Сейчас у меня временный контракт в «Газпром Экспорт», возник под проект и на этот проект пригласили, я прошла собеседование с остальными стажерами. Отобрали меня и еще одну девочку. Вот у нас с ней проект, он на время декрета. Мы с ней с февраля и вот продолжаем работать, когда он

закончится мы не знаем точно, но максимум до сентября. Это тоже hr направление, но другой отдел. Отдел по работе с дочерними обществами. Мы занимаемся актуализацией должностных инструкций, правкой документов и все что связано с ними. Иногда, очень редко, штатное расписание помогали править. В общем, бумажная работа» (Настя, 21 год)

«После стажировки, я получила уверенность в себе, которой не было вовсе. Я стала чувствовать себя компетентным специалистом. Также, строчка в резюме о данной стажировке очень влияет и помогает в поиске новой работы. У меня было два собеседования в «Procter & Gamble». У них очень высокие зарплаты, они платят 70 тысяч только стажерам. Сейчас, я уже работаю в международной компании PricewaterhouseCoopers» (Алла, 21 год)

Далее, респондентам было предложено озвучить возможные рекомендации для улучшения процесса прохождения стажировки. И были даны следующие ответы:

- Ввести оплату стажировки, вознаграждение за труд, материальное поощрение или другую дополнительную мотивацию;
- Давать четкое представление стажером о том, что их ждет;
- Структурировать процесс, планировать время работы стажера, ввести диверсификацию задач, и постоянную обратную связь от наставников;
- Разработать план стажировки со стороны наставника, и предусмотреть расширение функционала со временем, то есть дать возможность интеграции в весь процесс работы наставника;
- Сделать более длительных срок прохождения стажировки;
- Уменьшить количество стажеров для более тщательного курирования работы всех стажеров наставником для согласованности работы;
- Давать больше информации о деятельности других отделов, чтобы лучше понимать структуру компании;
- Автоматизировать некоторые процессы в работе;

- Полностью пересмотреть процесс организации стажировок, сделать ее более полезной и разнообразной.

Что касается гипотез исследования, то они подтвердились не полностью. Программы стажировок для молодых специалистов в компании «Газпром Экспорт» действительно существуют достаточно недавно, и данный процесс необходимо унифицировать. У наставников не всегда есть четкий план и структура постановки задач для эффективного прохождения стажировки студентами. Если говорить о том, что стажеров нанимают или для выполнения рутинной работы, или жестко ограничивают круг обязанностей, то это не совсем так, однако подобные ответы звучали от респондентов. И для решения данных проблем, нами были предложены методологические рекомендации, которые будут представлены ниже.

3.4. Предложения по совершенствованию процесса стажировок с целью повышения качества социальной ответственности компании ООО «Газпром Экспорт»

К сожалению, не все предложения респондентов имеют шансы на реализацию, в связи с определенной спецификой компании. Однако, есть действительно интересные идеи. Проанализировав их, было предпринято решение разработать методические рекомендации по вопросам организации стажировок студентов образовательных организаций высшего образования в компании ООО «Газпром Экспорт». Данный материал может дать следующие преимущества:

- Обозначить конкретные цели и задачи процесса стажировки;
- Структурировать процесс стажировки, путем четкого планирования времени работы стажера, а также графика посещения офиса, для оптимального распределения рабочих мест;
- Определить оптимальное количество стажеров в каждом отделе, для более тщательного курирования работы всех стажеров наставником и согласованности работы исходя из личного опыта предыдущих практик каждого наставника и особенности департамента;
- Повысить информативность, расширить компетентность стажеров, по средством выделения времени на вопросы о структуре компании и работе других отделов, для повышения лояльности к компании.

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ
по вопросам организации стажировок студентов образовательных
организаций высшего образования в компании ООО «Газпром Экспорт»
(далее – Общество)

Настоящие методические рекомендации разработаны в целях реализации программы стажировок студентов и выпускников в компании ООО «Газпром Экспорт».

Раздел 1. Основные термины и понятия

Стажер – студент вуза, от 3 курса и выше, выполнивший предварительные задания и в последствии, успешно прошедший собеседование в конкретный отдел компании.

Стажировка – процесс формирования и закрепления на практике профессиональных знаний, умений и навыков. Это трудовая деятельность молодого специалиста по направлениям профессиональной подготовки с целью получения практического опыта работы. Может быть засчитана в качестве производственной практики в университете.

Наставник – руководитель процесса стажировки, в роли наставника обычно выступает рядовой сотрудник компании, который в процессе старается передать свои знания, опыт молодому специалисту, а также оказывает психологическую поддержку. Он является ответственным за профессиональную и должностную адаптацию стажера.

Наставничество – форма обеспечения профессионального становления, развития и адаптации к квалифицированному исполнению должностных обязанностей лиц, в отношении которых осуществляется наставничество.

Раздел 2. Цели и задачи программы стажировок

Программа стажировок в Обществе преследует ряд целей и задач:

- Оказание студентам вузов содействия в профессиональной ориентации, приобретении профессиональных практических навыков;
- Подготовка профессиональных кадров;
- Привлечение мотивированных и подготовленных студентов на возможную работу в нефтегазовой области;
- Сокращение разрыва между уровнем подготовки выпускников и требованиями работодателей;
- Создание непрерывно действующей комплексной системы развития компетенций молодых профессионалов.

Раздел 3. О стажерах

Исходя из задач структурного подразделения, в котором проходит стажировка, стажер выполняет следующие функции: исполняет обязанности, возложенные на него индивидуальным планом стажировки.

Права и обязанности стажера

Стажер обязан:

- Соблюдать законодательство Российской Федерации, ознакомиться с техникой пожарной безопасности и охраны труда;
- Ознакомиться с правилами защиты и хранения информации;
- Соблюдать служебный распорядок, пропускной режим, правила охраны труда и меры пожарной безопасности, предусмотренные в компании;
- Беречь имущество компании;
- Не разглашать сведения, конфиденциального характера, или служебную информацию;

- При невозможности прибыть к месту прохождения стажировки принять меры к извещению об этом наставника;
- Соблюдать установленный совместно с наставником режим рабочего времени;
- Выполнять правомерные поручения наставника;
- Представить отчет о прохождении стажировки.

Стажер имеет право:

- Запрашивать у наставника информацию и знакомиться с содержанием документов, необходимых для достижения целей и задач стажировки за исключением информации конфиденциального характера, или секретную информацию;
- Иметь рабочее место на основании четкого графика посещения офиса;
- По итогам прохождения стажировки получить отзыв о прохождении стажировки, с подписью руководителя отдела, в котором стажер проходит стажировку.

Режим рабочего времени стажера.

Режим рабочего времени стажера отличается от установленного в организации и может быть как гибким, так и неполным рабочим днем. Конкретные рамки устанавливаются стажером совместно с наставником.

Минимальное количество рабочих часов в неделю: 12 часов по индивидуальному плану-графику и поручениями наставника. Учет рабочего времени стажер ведет в таблице посещаемости.

Документы стажера при прохождении стажировки:

1. Индивидуальный план-график.
2. Отчет о прохождении стажировки.
3. Табель учета рабочего времени.

По завершению стажировки рекомендуется использовать анкеты обратной связи, в которой стажер отвечает на вопросы, вносит свои пожелания и замечания.

Раздел 4. О наставниках

Наставничество в общем смысле очень действенный инструмент, использующийся для адаптации сотрудников, самая эффективная из форм обучения на рабочем месте, также включающая в себя консультирование, оценку стажера более опытным сотрудником.

Наставничество в программе стажировок решает следующие задачи:

1. Повышение качества подготовки и квалификации сотрудников.
2. Развитие у стажеров позитивного отношения к работе, возможность быстрее достичь рабочих показателей.
3. Предоставление наставникам опыта управления, поощрение за хорошую работу.
4. Укрепление командного духа, повышение лояльности стажеров к компании.

Эффективность наставничества объясняется его индивидуальным характером, никакая другая форма обучения не может быть столь адресной и приближенной к реальным условиям. Наставник может быстро реагировать на допущенные стажером ошибки, детально разобрать их и указать на правильный ход работы.

Наставничество может быть как дополнением к основным обязанностям специалиста, так и основной деятельностью опытного сотрудника на время стажировки.

Как правило, наставником становится самый опытный сотрудник с большим стажем работы. Но большинство специалистов сходятся во мнении, что наставником должен быть человек, прежде всего умеющий слушать, быть

терпимым и уметь доходчиво объяснять. Не каждый хороший работник может стать хорошим наставником.

Основные составляющие нематериальной мотивации наставников – профессиональное развитие и признание статуса.

Права и обязанности наставника:

- Показывает рабочее место, составляет совместно со стажером индивидуальный план-график стажировки;
- Определяет конкретные задачи стажировки и контролирует процесс их выполнения;
- Организует обеспечение необходимых условий для стажеров в процессе прохождения стажировки;
- Предоставляет информацию, необходимую для успешного прохождения стажировки, за исключением информации конфиденциального характера, или служебную информацию.

В заключение стажировки наставник обязан дать оценку:

- Результатам деятельности стажера;
- Его исполнительской и трудовой дисциплине, отметив сильные и слабые стороны практической деятельности стажера и предложив рекомендации по ликвидации недостатков и повышению профессионального уровня стажера.

На всех этапах стажировки наставник консультирует стажера, при необходимости оказывает ему помощь, совместно с ним анализирует результаты проделанного, помогает в подготовке информации и предложений.

В отсутствии наставника стажер подчиняется непосредственному руководителю наставника или иному лицу в соответствии с поручением наставника.

По завершению стажировки рекомендуется использовать анкеты обратной связи, в которой наставник отвечает на вопросы, вносит свои пожелания и замечания.

Раздел 5. Индивидуальный план-график стажировки

Индивидуальный план-график стажировки составляется наставником конкретно под каждого стажера (группы стажеров).

Примерное содержание индивидуального плана-графика стажера:

№ п/п	Вид деятельности	Период	Даты
1.	Встречи, консультации с наставником	Ежедневно	
2.	Участие в мероприятиях программы стажировок – встречах, обучающих мероприятиях, и т.п.		
3.	Знакомство с наставником, определение рабочего места		
4.	Ознакомление со статусом, структурой, целями, задачами и функциями структурного подразделения, в котором будет проходить стажировка		
5.	Ознакомление со статусом, структурой, целями, задачами и функциями, должностными инструкциями и обязанностями сотрудников структурного подразделения, в котором будет проходить стажировка		
6.	Изучение нормативно-правовой базы		
7.	Изучение и практическое освоение технологий работы подразделения, порядка организационного, документационного, информационного обеспечения его деятельности, взаимодействия с другими органами		
8.	Исполнение должностных обязанностей, участие в мероприятиях подразделения		
9.	Ознакомление с проблемами, возникающими при реализации		

	структурным подразделением его функций, выявление возможных направлений, по которым целесообразно провести дополнительный теоретический анализ, прикладное исследование		
10.	Осуществление теоретического/эмпирического исследования и оформление его в виде итогового проекта для дальнейшего участия в конкурсе на Именную стипендию Общества		
11.	Внесение предложений по применению теоретически обоснованных способов оптимизации практической деятельности структурного подразделения		
12.	Ведение дневника, подготовка и презентация периодических отчетов, проектов		
13.	Подготовка и защита итогового проекта (на конкурсе на Именную стипендию)		
14.	Подготовка отчета о результатах, получение характеристики от наставника		

Раздел 6. Порядок прохождения стажировки

- По результатам конкурсного отбора, формируется список стажеров, закрепленных за конкретным наставником;
- Наставник не более трех рабочих дней с момента начала стажировки совместно со стажером разрабатывает индивидуальный план-график стажировки.
- Задачи стажировки устанавливаются, исходя из опыта работы и в соответствии с направлением образования стажера.

Руководитель каждого департамента:

- Определяет наставника для стажера;
- В течение десяти рабочих дней после окончания стажировки представляет стажеру отзыв о прохождении стажировки;

Раздел 7. Завершающий этап прохождения стажировки. Итоги стажировки

Не позднее десяти рабочих дней после окончания стажировки стажер готовит и представляет наставнику отчет о прохождении стажировки.

Отчет о прохождении стажировки включает в себя информацию о выполнении индивидуального плана-графика стажировки, описание результатов решения конкретных задач, полученных знаний и навыков, и подписывается стажером и наставником.

Руководитель отдела, в котором стажер проходит стажировку, в течение десяти дней рабочих после окончания стажировки представляет стажеру отзыв о прохождении стажировки стажером. В отзыве отражаются следующие основные сведения:

- Оценка выполнения стажером мероприятий, включенных в индивидуальный план-график стажировки;
- Оценка профессиональной подготовки и личностных качеств стажера;
- Рекомендации по дальнейшей карьерной перспективе стажера.

Рекомендуется отзыв заверять печатью организации.

По завершении стажировки стажер дополнительно может представить итоги своей стажировки в виде презентации, аналитической статьи, интервью или на конкурсе именной стипендии Общества. Здесь могут быть отражены конкретные практические результаты деятельности, предложения по инновационным решениям в работе компании.

Выводы по 3 главе:

В данной главе были представлены результаты эмпирического исследования на тему: «Анализ процесса организации стажировок для молодых специалистов в компании ООО «Газпром Экспорт», в качестве инструмента реализации КСО». В основном на стажировку в компанию приходят студенты 3 курса бакалавриата. Им либо необходимо закрыть практику в университете, или же они хотят получить реальный опыт, после которого можно найти достойную работу, а также для обучения и развития, помимо знаний, полученных в университете. На выбор компании для прохождения практики, значительное влияние оказали: имидж компании, ее место на рынке, известность и репутация. Некоторые нашли данную вакансию на сайте hh.ru, сайте своего ВУЗа или увидели рекламу в социальных сетях. Не мало важным фактором, при выборе компании, было сотрудничество ВУЗа и компании «Газпром Экспорт», а также наличие положительных отзывов от студентов, которые уже проходили практику в данной компании. Что касается отрицательных моментов, с которыми стажеры столкнулись в процессе своей работы, то они были не у всех. Однако, были студенты, которые столкнулись с проблемами: оформления на стажировку, коммуникации с наставником, недостатка свободных мест за компьютером или рабочим столом, монотонности задач. У стажеров отсутствовал гайд для новичков. И для решения данных проблем, были даны практические рекомендации в виде методического пособия по вопросам организации стажировок студентов образовательных организаций высшего образования в компании «Газпром Экспорт». В итоге, несмотря на возможные отрицательные моменты, стажеры получили полезный опыт; новые знакомства; рекомендации и предложения на дальнейшее трудоустройство в данную и сторонние организации, а также победу в конкурсе на именную стипендию Общества.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Цель данной квалификационной работы заключалась в анализе реализации корпоративной социальной ответственности в сфере нефтегазового бизнеса, путем сравнения опыта зарубежных и российских организаций данной отрасли, и, в частности, практик ООО «Газпром Экспорт». Для достижения цели последовательно был выполнен ряд задач.

Во-первых, в работе были рассмотрены классические концепции корпоративной социальной ответственности, раскрыто ее понятие и сущность. За более чем пятидесятилетнюю научную дискуссию о вопросах взаимодействия бизнеса и общества было сформировано множество теоретических подходов к КСО. В связи с этим, сформулировать единое определение было не просто. Однако, было выдвинуто следующее определение: «Корпоративная социальная ответственность – это слияние принципов КСО в практическую деятельность, с учетом ожиданий внутренних и внешних участников бизнес-процессов, с целью повышения положительного влияния организации на общество, укрепления репутации ответственной компании и снижения возможного отрицательного воздействия».

Во-вторых, был произведен сравнительный анализ зарубежных и российских нефтегазовых компаний, занимающие лидирующие позиции в мировых рейтингах нефтегазодобычи: «Saudi Aramco», «Exxonmobil», «Shell», ПАО «Газпром», ПАО «Лукойл», ПАО «НК «Роснефть». Контент-анализ данных организаций был осуществлен на базе годовых отчетов, размещенных на их официальном сайте. В целом, в зарубежных компаниях в равной степени уделяется внимание благотворительности и спонсорству. Однако, в компании Саудовской Аравии в рамках реализации КСО, в отличие от других указанных организаций, в большей степени присутствует помощь малому бизнесу, новым компаниям и молодым предпринимателям. В Американской компании, «Exxonmobil», акцент сделан на содействие в успешной карьере: выходцев из

Азии, афроамериканских и латиноамериканцев сотрудников, а также, поддержке интересов женщин. То есть, организация придерживается принципа уважения, интеграции и национально-культурного многообразия сотрудников. Европейские нефтегазовые компании, такие как «Shell» активно инвестируют в добровольные социальные инвестиции, помогают местным общинам, оказывают помощь при бедствиях, способствуют безопасности дорожного движения, содействуют здравоохранению и биоразнообразию. В Российских компаниях преобладают вложения: в науку и образование, спорт и здравоохранение, помощь детям, возрождение духовного наследия, а также, присутствует поддержка коренных малочисленных народов Севера, так как основная часть нефтегазопроводов проходят по данным территориям. Как можно видеть, программы КСО, в разных странах и компаниях имеют индивидуальный характер, но такой аспект как программы стажировок для молодых специалистов присутствуют практически во всех рассмотренных организациях, так как люди – это самый главный, самый ценный ресурс для любой компании. Подготовка, возвращение этого важного ресурса важнейшая часть КСО. Таким образом, было выбрано исследование стажировок для студентов в России.

В качестве эмпирического исследования, была выбрана компания ООО «Газпром Экспорт», где автором данной работы был получен личный опыт стажировки. «Газпром Экспорт» — это дочернее предприятие ПАО «Газпром», занимается экспортом газа и продуктов нефтегазохимии на рынок Европы. Цель эмпирического исследования заключалась в разработке практических рекомендаций по совершенствованию процесса прохождения стажировок молодыми специалистами в «Газпром Экспорт», для повышения общей социальной ответственности компании.

Для начала был произведен общий анализ корпоративной ответственности данной компании. В компании «Газпром Экспорт» активно развивается внутренняя и внешняя корпоративная социальная ответственность. Внешняя КСО направлена на благотворительность и

спонсорство. Внутренняя КСО направлена на безопасность труда, дополнительное медицинское и социальное страхования сотрудников, обучение и повышение квалификации сотрудников, реализации программ стажировок для молодых специалистов.

Далее, в работе представлены результаты эмпирического исследования на тему: «Анализ процесса организаций стажировок для молодых специалистов в ООО «Газпром Экспорт». В исследовании были обозначены сильные и слабые стороны процесса прохождения студентами стажировок в «Газпром Экспорт». Касаясь, выдвинутых в начале, гипотез исследования, то они подтвердились не полностью. Программы стажировок для молодых специалистов в компании действительно существуют недавно, и данный процесс требует четкой системы. У наставников не всегда есть план и структура постановки задач для эффективного прохождения стажировки студентами. И для решения данных проблем, нами были предложены практические рекомендации в виде методического пособия (См. Стр. 91-98). Разработанные мероприятия ориентированы на снижение психологического дискомфорта и будут способствовать качественному формированию и закреплению на практике профессиональных знаний, умений и навыков.

Подводя итог, можно отметить, что с каждым годом, за рубежом становится все больше и больше компаний, которые в качестве одного из факторов реализации своей КСО выбирают программы для молодых специалистов. Проходя стажировку, студенты стараются узнать не только о работе всей компании, будущей деятельности по специальности, но и принимают серьезное решение, касающееся будущей работы и построении карьеры в целом. Они получают навыки, приобретают опыт, учатся применять знания, усвоенные в вузе, на практике. А консультирование опытных специалистов в процессе стажировки является по-настоящему бесценным опытом для них. Таким образом, данные практики способствуют не только повышению уровня лояльности организаций, но и помогают выпускникам

вузам найти достойную работу, начать выстраивать карьеру и адаптироваться во взрослой жизни.

Также, хотелось бы отметить положительное содействие со стороны сотрудников компании ООО «Газпром Экспорт» в проведении данного исследования, что показывает высокий уровень корпоративной социальной ответственности в данной организации.

Список литературы

1. Беляева, И.Ю. Деловая репутация и потенциал корпоративной социальной ответственности. Новые тенденции в развитии российской модели корпоративного управления: посткризисные уроки и выводы: Коллективная монография. Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2011. – 338 с.
2. Беляева, И.Ю., Эскиндаров, М.А. Корпоративная социальная ответственность: учебник / коллектив авторов ; под. ред. И.Ю. Беляевой, М.А. Эскиндарова. — М.: КНОРУС, 2016. — 320 с.
3. Бикеева, М.В. Анализ практики реализации концепции корпоративной социальной ответственности в России // Известия ВУЗов. Поволжский регион. Общественные науки. 2011. №3. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-praktiki-realizatsii-kontseptsii-korporativnoy-sotsialnoy-otvetstvennosti-v-rossii> (Дата обращения: 12.02.2020).
4. Благов, Ю.В. Генезис концепции корпоративной социальной ответственности / Ю.В. Благов // Вестник С.-Петербургского ун-та. – Сер. Менеджмент (2). – 2006. – С. 3–24.
5. Благов, Ю. Е. Концепция корпоративной социальной ответственности и стратегическое управление // Российский журнал менеджмента. 2004. № 2(3). С. 17-34.
6. Благов, Ю.Е. Корпоративная социальная ответственность: эволюция концепции: монография / Ю.Е. Благов. – СПб.: Высшая школа менеджмента, 2010. – 272 с.
7. Борисов, А.Ф. Социология управления: учебник для студ. Учреждений высш. проф. образования / [А.Ф. Борисов, Н.А. Пруель, В.Н. Минина и др.]; под ред. А.Ф. Борисова. – М.: Издательский центр «Академия», 2014. – 304 с.
8. Вагизова, Н.Г. Развитие внешней корпоративной социальной ответственности в нефтегазохимическом комплексе (по материалам ОАО «Лукойл») // Вестник Казанского технологического университета. 2013. №24. [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

<https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-vneshney-korporativnoy-sotsialnoy-otvetstvennosti-v-neftegazohimicheskom-komplekse-po-materialam-oao-lukoil>

(дата обращения: 16.01.2020).

9. Василенко, Е. Социальная ответственность бизнеса: мировой опыт и российские реалии // Власть. 2006. № 1. С. 54–60.
10. Васин, С.М. Роль корпоративной социальной ответственности в формировании конкурентных преимуществ современных организаций / С. М. Васин, Г.Н. Тугускина, Л. В. Рожкова, О.В. Сальникова // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. – 2019. – №3 (51). – С. 217–225.
11. Виноградов, Д.А., Петров, А.В. Социальная ответственность российского бизнеса в период современного глобального экономического кризиса: проблемы и тенденции // Общество. Среда. Развитие. 2012. №3. С. 64–67.
12. Власть, бизнес, общество в регионах: неправильный треугольник / под ред. Н. Петрова, А. Титкова; Моск. Центр Карнеги. – М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2010. – 439 с.
13. Воеводкин, Н.Ю. Социальная ответственность в системе корпоративного управления // ARS ADMINISTRANDI. 2011. №4. С. 45–54.
14. Волгин, Н.А., Егорова, В.К. Социальная корпоративная политика: проблемы, опыт, перспективы (учебное пособие) - М., 2002. – 1047 с.
15. Гриффин, Р., Пастей, М. Международный бизнес. 4-е изд. // Пер. с англ. Под редакцией А.Г. Медведева. – Спб.: Питер, 2006. – 1088 с.
16. Гудакова, Л.В., Рябинников, Д.В. Корпоративная социальная ответственность нефтяной отрасли на примере ПАО «Лукойл» // Экономика и социум. 2016. №12-1(31). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://readera.ru/140117266> (Дата обращения 07.03.20)
17. Данилова, О.В. Социальная ответственность бизнеса в системе рыночного хозяйства (теоретико-экономический аспект): автореф. дис. д-ра экон. наук: 08.00.05 / Данилова Ольга Викторовна. – М., 2009. – 42 с.

18. Иванова, Е.А. Корпоративная социальная ответственность как элемент корпоративной культуры // Kant. 2011. №3. С. 39-44.
19. Канаева, О.А. Корпоративная социальная ответственность: эволюция теоретических взглядов / О.А. Канаева // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 5. Экономика. – 2013. – № 2. – С. 133-138.
20. Коваленко, Л.В. Подходы к пониманию сущности социальной ответственности организаций/Коваленко Л.В., Кулик А.А. // В сборнике: Международная практическая конференция по актуальным вопросам экономики и гуманитарных наук в 2015 году. Материалы научно-практической конференции. 2015. С. 137-141.
21. Козлова, Н.П. Благотворительность и репутационный потенциал компании // Управленческие науки. 2013. №4 (9). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/blagotvoritelnost-i-reputatsionnyy-potentsial-kompanii> (Дата обращения: 13.02.2020).
22. Кричевский, Н.А., Гончаров, С.Ф. Корпоративная социальная ответственность. М.: Дашков и К, 2006. - 195 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.novsu.ru/file/1088072> (Дата обращения 15.01.20)
23. Кузьмина, Ю.М. Социальная ответственность предприятий нефтегазовой отрасли // Вестник Казанского технологического университета. 2014. №19. С. 408-414.
24. Марик, И.В. Структура социального пакета коммерческого предприятия (на примере ведущих нефтегазовых предприятий России) // Знание. Понимание. Умение. 2011. №3. С. 282-286.
25. Перекрестов, Д.Г. Подходы к определению и ступеням реализации корпоративной социальной ответственности. // Креативная экономика. — 2009. — № 12 (36). — С. 136-142.
26. Перекрестов, Д.Г., Поварич, И.П., Шабашев, В.А. Корпоративная социальная ответственность: вопросы теории и практики. М.: Издательский дом «Академия естествознания», 2011. - 216 с.

27. Петров, А.В. Глобализация экономики: социальные и политические аспекты СПб.: Издательство Санкт-Петербургского университета, 2009. - 198 с.
28. Попов, Ю.Н. Социальный аудит: новая утопия или эффективный инструмент? [Электронный ресурс] / Ю.Н. Попов // Сайт Института социального прогнозирования и проектирования. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ispp.ua/publ/1-1-0-1> (Дата обращения: 11.02.20).
29. Робинс, П. Менеджмент / П. Робинс, М. Коултер / 6-е изд.; пер. с англ. – М.: Изд. дом «Вильяме», 2004. – 268 с.
30. Теодорович, М.Л. Современные тенденции развития концепций корпоративной социальной ответственности // Вестник ЧелГУ. 2008. №32. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-tendentsii-razvitiya-kontseptsii-korporativnoy-sotsialnoy-otvetstvennosti> (Дата обращения: 16.01.2020).
31. Тульчинский, Г.Л. Корпоративная социальная ответственность: технологии и оценка эффективности: учебник и практикум для академического бакалавриата / Г. Л. Тульчинский. — М.: Издательство Юрайт, 2015. — 338 с.
32. Тумилевич, Е.Н. Построение системы корпоративной социальной ответственности в компании // Российское предпринимательство. 2012. № 23. С. 30–37.
33. Тупаева А.С. Благотворительность как социальный институт: социологическая концептуализация // Вестник Университета Российской академии образования. 2009. №5. С. 118-119.
34. Цей, С.А. Корпоративная социальная ответственность путь к устойчивому развитию // Новые технологии. 2010. №2. С. 112-120.
35. Чеглакова, Л.М. Наставничество: новые контуры организации социального пространства обучения и развития персонала промышленных организаций // Экономическая социология. 2011. Т. 12. № 2. С. 80-97.

36. Шпотов, Б.М. Деловая этика и менеджмент: современные подходы / Б. Шпотов // Проблемы теории и практики управления. – 2002. – №1. – С. 89–94.
37. Ackerman, R.W. How companies respond to social demand's. Harvard Business Review, 51(4), 1973, P. 88–98.
38. Bowen, H.R. Social Responsibilities of the Businessman. Harper & Row: N. Y., 1953. – 298 p.
39. Carroll, A.B. Corporate social responsibility: Evolution of definitional construct / A.B. Carroll // Business and Society. – 1999. – №38 (3). – P. 268–295.
40. Davis, K. Business and Society: Environment and Responsibility / K. Davis, R. Blomstrom. – N.Y.: McGrawHill, 1975. – P. 174–175.
41. Freeman, R.E. Strategic management: A Stakeholder Approach / R.E. Freeman. – Boston: Pitman Publishing, 1984. – 276 p.
42. Friedman, M.F. The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits // The New York Times Magazine, September 13, 1970.
43. Grayson, D. Corporate Social Opportunity! Seven Steps to Make Corporate Social Responsibility Work for Your Business / D. Grayson, A. Hodges. – Sheffield: Greenleaf Publishing, 2004. – 390 p.
44. Johnson, H. Does it pay to be good? Social responsibility and financial performance / H. Johnson // Business Horizons. – 2003. – № 46 (6). – P. 34–40.
45. Kotler, Ph. Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause // Ф. Котлер, Н. Ли; перев. с англ. С. Яринич. Киев, 2005. – 307 p.
46. Marrewijk, M. van. Concepts and Definitions of CSR and Corporate Sustainability: between Agency and Communion / M. Marrewijk // Journal of Business Ethics. – 2003. – Vol.44, № 2/3. – P. 95 –105.
47. Porter, M. Strategy and society: The link between competitive advantage and corporate social responsibility / M. Porter, M. Kramer // Harvard Business Review. – 2006. – № 84 (12) – P. 78–92.
48. Sethi, S.P. «Dimensions of corporate social performance: An analytic framework» California Management Review. – 1975. - Vol. 17, №1. P. 58–64.

49. Windsor, D. The Future of Corporate Social Responsibility / D. Windsor // The International Journal of Organizational Analysis. – 2001. – Vol. 9, №3. – P. 225– 256.

50. Wood, D. J. The Academy of Management Review, Vol. 16, №4. (Oct., 1991), P. 691-718.

Электронные ресурсы:

1. Нефтяной портал «Barrel Black» - Всё о нефти [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://barrel.black/> (Дата обращения: 10.04.20).

2. Официальный сайт Благотворительного фонда развития филантропии «КАФ» // Особенности благотворительной деятельности компаний нефтегазовой отрасли. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.cafrussia.ru/page/korporativnie_blagotvoritelnie_programmi (Дата обращения: 08.02.20).

3. Официальный сайт «Saudiaramco» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.saudiaramco.com/> (Дата обращения: 10.03.20).

4. Официальный сайт «Exxonmobil» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.exxonmobil.ru/ru-RU> (Дата обращения: 10.03.20).

5. Официальный сайт «Shell» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.shell.com.ru/> (Дата обращения: 18.03.20).

6. Официальный сайт ПАО «Газпром» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gazprom.ru/social/> (Дата обращения: 10.04.2020).

7. Официальный сайт ПАО «Лукойл» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://lukoil.ru/> (Дата обращения: 15.04.20).

8. Официальный сайт ПАО «НК Роснефть» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.rosneft.ru/> (Дата обращения: 12.04.20).

9. Официальный сайт компании «Газпром Экспорт» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gazpromexport.com/> (Дата обращения: 10.04.20).

ПРИЛОЖЕНИЕ 1. Гайд интервью

Блок 1. Мотивация студентов проходить практику/стажировку во время обучения в университете.

1. В каком университете, на каком курсе и специальности вы обучаетесь?
2. Почему вы приняли решение пройти стажировку?
3. Почему вы выбрали для стажировки именно «Газпром Экспорт»? Что повлияло на ваш выбор?

Блок 2. Ожидания молодых специалистов от процесса стажировки в компании «Газпром Экспорт».

1. Что вы ожидали получить после прохождения стажировки?
 2. На сколько для вас было важно, что стажировка была неоплачиваемая?
 3. На сколько вы оцениваете взаимодействие с вашим наставником?
- Оцените от 1 до 10, где 10 - максимальная оценка.

Блок 3. Оценка студентов ежегодного конкурса на именную стипендию Общества.

1. Принимали ли вы участие в конкурсе на именную стипендию?
2. Какие плюсы и минусы данного конкурса вы могли бы отметить?
3. Как вы считаете, справедливо ли то, что в конкурсе участвуют все стажеры из разных департаментов?

Блок 4. Результаты прохождения практики в компании.

1. Что вы получили после прохождения стажировки в компании?
2. С какими отрицательными моментами вы столкнулись в процессе прохождения стажировки?
3. Как вы считаете, что могло бы значительно улучшить процесс прохождения стажировки?

ПРИЛОЖЕНИЕ 2. Таблица респондентов, участвующих в исследовании: «Оценка стажировок для молодых специалистов в «Газпром Экспорт»

№	Пол	ВУЗ	Специальность	Компания и должность на данный момент
1.	Жен.	СПБГУ	«Социология»	«Zodiac Systems» IT-рекрутер
2.	Жен.	СПБГУ	«Социология»	Стажер в «Газпром Экспорт»
3.	Жен.	СПБГУ	«Социология»	Стажер в «Газпром Экспорт»
4.	Жен.	СПБГУ	«История»/ «Социология»	«Газпром Нефть» специалист по подбору персонала (юристы, корпоративные коммуникации)
5.	Муж.	СПБГУ	«Политология»/ «Международные отношения»	Стажер в «Газпром Экспорт»
6.	Муж.	СПБГУ	«Политология»	Временно не работает
7.	Жен.	СПБГУ	«Экономика»	Индивидуальный предприниматель
8.	Жен.	СПБГУ	«Международные отношения»/ «Менеджмент»	«Российский союз выставок и ярмарок», помощник исполнительного директора
9.	Жен.	НИУ ВШЭ	«Политология»	«PwC», ассистент менеджеров
10.	Жен.	НИУ ВШЭ	«Политология»	Стажер в «Газпром Экспорт»

11.	Жен.	НИУ ВШЭ	«Международный бизнес и менеджмент»	«Мираторг», младший менеджер по продажам
12.	Жен.	НИУ ВШЭ	«Экономика»	Временно не работает
13.	Жен.	НИУ ВШЭ	«Международный бизнес и менеджмент»/ «Стратегическое управление логистикой»	Колмыченко
14.	Жен.	СПБГЭУ	«Менеджмент»	«Газпром Экспорт», управление налогами
15.	Жен.	СПБГЭУ	«Управление персоналом»	Временно не работает
16.	Жен.	СПБГЭУ	«Лингвистика»/ «Управление персоналом»	«РwС», стажер в управлении по работе с персоналом
17.	Жен.	Горный университет	«Нефтегазовое дело»	«Газпром Нефть», специалист в отделе BigData
18.	Жен.	Горный университет	«Экономика предприятий и организаций нефтегазовой отрасли»	Временно не работает
19.	Жен.	ПГУПС	«Финансовый менеджмент»	«Газпром Экспорт», специалист в управлении по работе с персоналом
20.	Жен.	Политехнический университет	«Издательское дело»	«HeadHunter», ассистент отдела маркетинга event- направления

ПРИЛОЖЕНИЕ 3. Пример интервью

Интервьюер: Привет, запись началась, представься, пожалуйста, расскажи из какого ты вуза, какое у тебя направление, в каком отделе и подразделении ты проходила стажировку и ее длительность?

Респондент: Меня зовут Маша, я заканчиваю 4 курс, СПбГЭУ, направление менеджмент, траектория бизнес администрирование. Практика проходила в отделе развития и подбора кадров, в управлении по работе с персоналом, по времени полгода.

Интервьюер: Почему ты приняла для себя решение пройти стажировку?

Респондент: На самом деле, это было спонтанно, у нас в вузовской группе «Вконтакте» опубликовали запись, что проводится набор на стажировку, я увидела слово «Газпром», на этом мой мозг отключился, собственно говоря, там дальше было слово экспорт, я уже не слушала это все. Дальше, подала заявку, прошла тестирование и вот спустя полгода только очутилась здесь, ну то есть, только благодаря вузу.

Интервьюер: Так долго длился процесс оформления на стажировку? Расскажи по подробнее как все организовано.

Респондент: В моем случае, это было очень долго, потому что я подала заявку в конце ноября, в начале декабря, тестирование я проходила в начале января-февраля, потом после тестирования мне позвонили, может быть, недели 2-3, пригласили на собеседование. После собеседования, сказали, что типа, ок, мы подумаем, это был уже где-то февраль, но я училась в это время семестр в Лапперанте по обмену, и сказала, что смогу выйти, где только в мае, если вам

будет актуально. И получается, я вышла только спустя несколько месяцев, но они не забыли про меня.

Интервьюер: Но, в целом, если бы ты не училась, в тот момент, то все равно процесс оформления бы занял около 1.5 месяцев?

Респондент: Да, еще это все выпало на Новый Год, период, когда, у них, в принципе, в кадрах подбиваются все итоги, начинается новый год и не до стажеров немного. Наверно процесс занял бы месяц, ну месяц-полтора.

Интервьюер: На тот момент, когда ты приняла решение пройти стажировку, откликалась ли ты в другие компании, помимо «Газпром Экспорт»?

Респондент: Я откликалась и до практики и параллельно, в «Лориаль», в «Марс» и в «Балтику». В «Балтике» меня просто проигнорили, даже на мое резюме не ответили ничего. В «Марс» и «Лориале» я проходила тестирование, но на этом все закончилось. Я так поняла, что я не прошла, видимо, просто никакой обратной связи не последовало.

Интервьюер: Какие у тебя были ожидания, после прохождения стажировки?

Респондент: Конечно, я ждала трудоустройства какого-то, мне казалось, что если все пройдет гладко, то было бы здорово, также, я хотела получить практический опыт работы в компании, в крупной компании. То есть, до этого, получается я никогда не стажировалась нигде и не было постоянного места работы. А здесь, получается, я поняла, как функционирует офис, увидела всю жизнь офиса, документооборот, всякие этапы согласования. Я больше узнала о профессии hr, о процессе подбора, ну такие, прикладные задания. Мне хотелось их, я их получила.

Интервьюер: Когда ты увидела объявление в социальной сети о наборе на стажировку в «Газпром Экспорт», там было только направление в подбор персонала?

Респондент: Там было, 5 направление, если я не ошибаюсь: финансы, юридическое направление, hr и что-то еще... Но, я просто понимала, что ничего другое не понимаю, поэтому подбор самое то.

Интервьюер: На сколько для тебя было важно, когда ты искала стажировки, откликалась на вакансии, была важна материальная составляющая?

Респондент: Мне было это абсолютно не важно, потому что я понимала, что у меня нет каких-то навыков, за которые мне стоило бы платить, поэтому, абсолютно, на безвозмездное основе, лишь бы возьмите, лишь бы научите.

Интервьюер: На сколько бы ты оценила свое взаимодействие с наставником по 10 балльной шкале?

Респондент: Думаю, что – 8 баллов.

Интервьюер: Маша, на сколько я помню, ты принимала участие в конкурсе на именную стипендию Общества? Понравилось ли тебе это мероприятие, и что не понравилось в нем?

Респондент: Верно, я заняла 3 место. Во-первых, это в принципе здорово, что проходит такой конкурс в компании, что есть возможность, как-то проявить себя, скажем так, и это еще и вознаграждается. То есть, это действительно плюс, это было очень приятно, очень интересный опыт, как ты с наставником взаимодействуешь, и допустим, в моем случае, этот конкурс очень помог в плане написания моего диплома. Из негативных моментов, что критерии

оценки были смущающие. Ну, то есть, критерии и состав жюри тоже меня немного удивил, потому что присутствовали почти все члены, кроме Алёны Михайловны (начальника управления по работе с персоналом) из направления бизнес. То есть, получается, hr – это поддержка, а они все были из направления бизнес, конечно, им все равно, что мы там в подборе делаем. Наверно, стоит учесть, что это был только второй по счету конкурс, за все время существования компании. В целом, не плохо.

Интервьюер: Что в конечном счете ты получила по итогу стажировки? Я знаю, что ты сейчас работаешь в компании, расскажи, где ты, в каком подразделении, что ты там делаешь?

Респондент: Я работаю на декретной ставке, у меня не постоянная работа, меня взяли до сентября, на время отсутствия основного сотрудника, в управление налогов, я занимаюсь документооборотом. Но, по функционалу, это больше подходит на документооборот, плюс какие-то налоги, плюс, личный ассистент. Я помогаю и сотрудникам управления, с таблицами, с задачами, с поиском какой-то информации, обработкой информации, и стандартный документооборот, плюс иногда поручения от руководителя, который реально иногда напоминает, должность, личного помощника. Иногда прилетают такие задания: «А как это в общем сделать? А так можно было?». Но, это временно, к сожалению, и я пока не представляю как будет дальше развиваться ситуация, потому что, вот уже совсем-совсем скоро август-сентябрь должна выйти девушка и я понимаю, что без налогов, в данном управлении мне делать нечего. И я сейчас пытаюсь поступить на магистратуру на налоги.

Интервьюер: Тебе в целом стало интересно направление налогов? Просто как мне казалось, что в отделе подбора ты была «как рыба в воде».

Респондент: Да, мне нравилось, мне очень нравится в hr, но на тот момент, оставить меня в подборе не было возможности, и мой наставник мне предложил вариант. Точнее было два варианта, согласиться на налоги, уже за деньги, и это более реальный шанс остаться в компании, или продолжать стажироваться. К тому же, я себя успокаиваю, что я сейчас только заканчиваю бакалавриат, у меня еще есть время передумать.

Интервьюер: Теперь хотелось бы услышать от тебя положительные моменты и, возможно, отрицательные моменты, с которыми ты столкнулась во время практики.

Респондент: Ой, отрицательных я могу много назвать. Во-первых, отрицательный момент, что отсутствует полное описание бизнес-процессов, то есть, когда я пришла, когда приходит стажер, у него отсутствует понимание какие у него будут дальнейшие этапы, что зачем следует. Наставник, конечно, пытается объяснить мы сейчас делаем это и это, но все равно, не подготовленному человеку, студенту, это немного тяжело осмыслить и понять. Также, отсутствие понимания о работе офиса, о корпоративной культуре, в компании есть корпоративный сайт, но к нему есть доступ только у сотрудника в компании, стажеры не могут на него зайти, соответственно, никакую информацию они узнать не могут. Никаких книжек, никаких брошюр, ничего этого у нас не было. Я помню дали какую-то должностную инструкцию почитать в начале и все. Вот документы, сиди-читай. И ты не понимаешь, что читать, ну я лично не понимала. То есть не было бизнес-процессов, не было какой-то информации о компании, об офисе. Также, из минусов, наверное, и это больше я сейчас стала замечать, когда заходила в отдел, что, сейчас, наставник уже меньше общается со стажерами, стажеры общаются со стажерами. Ты приходишь в компанию, чтобы тебя научил наставник, чтобы он был основной центр твоего общения. Понятно, что стажеры помогают друг другу, это здорово, спасибо им большое, что они

передают опыт. Потом, мероприятия, первый месяц, два, три ты занимаешься подбором, это интересно, это новое, но, когда ты делаешь одно и тоже, задачу под цикл, тебе это надоедает. Например, не все же стажеры проводят самостоятельно интервью, то есть далеко не все. Когда ты только поискал резюме, показал наставнику, позвонил кандидату – это все надоедает очень сильно. И это тоже может быть как негативный момент, в том, что нет диверсификации задач. Еще, отсутствует, возможно, какая-то дополнительная мотивация для тех стажеров, которые работают в компании больше 3х месяцев, условно говоря, то есть что-то новое для них. Из плюсов, с другой стороны, тебе как раз дают вести интервью самостоятельно, у тебя опыт работы 3 месяца, а ты сам проводишь собеседования, это здорово. Конечно, все эти именные стипендии. Еще в компании периодически проводят семинары, «Узнать за 60 минут», на данные мероприятия стажеры тоже могут спокойно пойти поучаствовать и это тоже получение знаний.

Интервьюер: Что бы, по-твоему, значительно улучшило процесс стажировки от и до?

Респондент: В «Газпром Экспорте» есть показатели работы, что-то на подобии KPI, но называется по-другому и сейчас наставничество не входит в эти показатели и шла речь о том чтобы как раз включить его как стимул, это дополнительный бонус в KPI, а чем он выше, тем выше годовой бонус. Таким образом, можно было бы простимулировать наставников.